亿欧智库

2021年中国健康险行业创新研究报告

亿欧智库 https://www.iyiou.com/research

Copyright reserved to EqualOcean Intelligence, Feb 2021

VISIT…

LANZAROTE
Caliente.com

目录

CONTENTS

1 健康险行业创新背景

2 健康险行业发展现状

3 健康险行业创新梳理

4 健康险行业创新趋势

5 附录

摘要

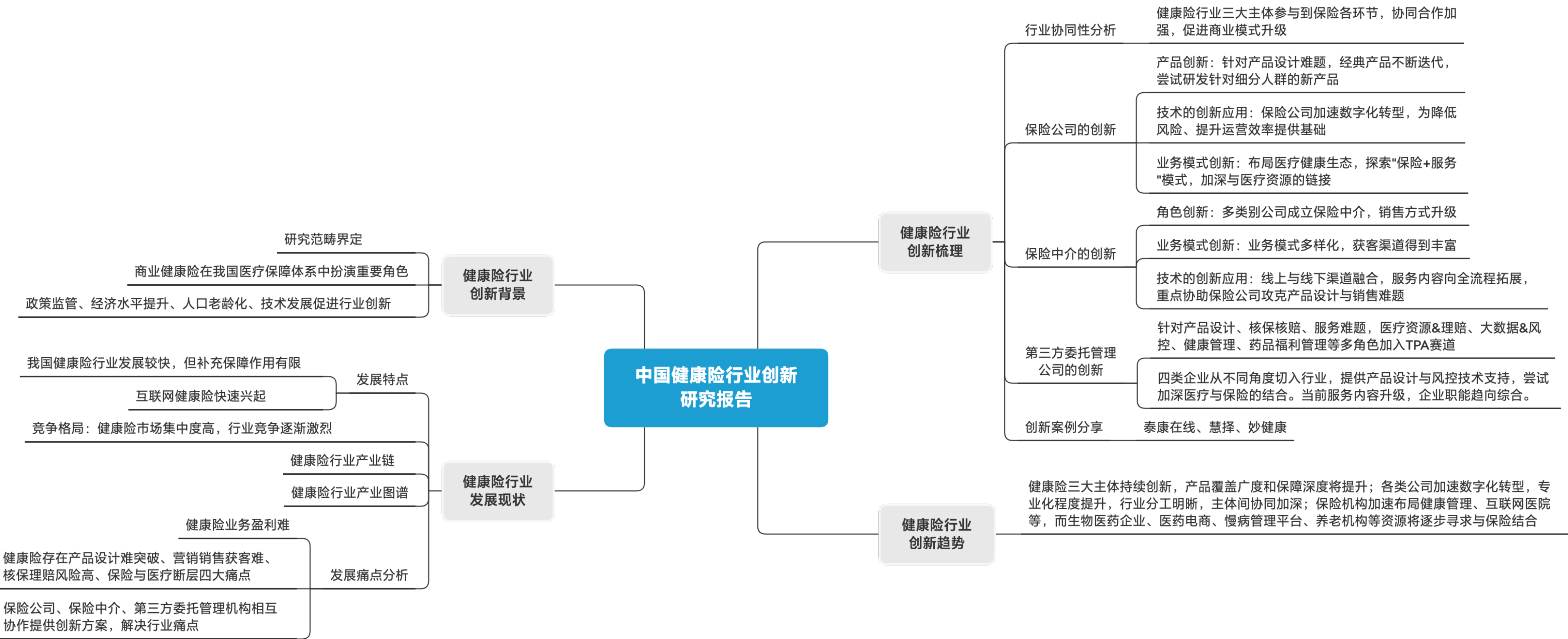
【报告背景】

健康险作为我国医疗保险体系的补充，近年来得到快速发展。尤其是 2020 年初新冠疫情爆发，居民对健康险的关注度逐步增加。同时，2020年商业保险公司参与的惠民保险在全国快速发布，人群的保险意识加速转化，健康险发展势在必行。然而，健康险行业的发展之路并不顺畅，面临着产品设计难创新、营销销售获客难、核保理赔风险高、保险与医疗服务断层等痛点，致使健康险业务保费收入与支出不匹配，业务盈利难。当前，伴随政策的引导、人群的需求的转变、技术的成熟、资本及市场对健康险的关注提升，健康险行业正迎来创新。 由此，本篇报告将围绕健康险行业的创新展开讨论。

【报告概述】

本篇报告通过桌面研究及企业专家访谈的方式展开。报告的第一部分围绕政治、社会、经济、技术四个方面探讨健康险创新的背景。第二部分结合数据，阐述健康险的发展现状，梳理行业发展特点、竞争格局、产业链，并分析行业发展痛点；第三部分深度剖析保险公司、保险中介、第三方委托管理公司提供的创新化痛点解决方案，及三大主题之间的关系变化。第四部分展望健康险未来发展趋势，希望为健康险行业中各产业角色提供参考。

报告内容概览


中国健康险行业创新研究报告
健康险行业创新背景
研究范畴界定
商业健康险在我国医疗保障体系中扮演重要角色
政策监管、经济水平提升、人口老龄化、技术发展促进行业创新
健康险行业发展现状
发展特点
我国健康险行业发展较快，但补充保障作用有限
互联网健康险快速兴起
竞争格局：健康险市场集中度高，行业竞争逐渐激烈
健康险行业产业链
健康险行业产业图谱
发展痛点分析
健康险业务盈利难
健康险存在产品设计难突破、营销销售获客难、核保理赔风险高、保险与医疗断层四大痛点
保险公司、保险中介、第三方委托管理机构相互协作提供创新方案，解决行业痛点
健康险行业创新梳理
行业协同性分析
健康险行业三大主体参与到保险各环节，协同合作加强，促进商业模式升级
保险公司的创新
产品创新：针对产品设计难题，经典产品不断迭代，尝试研发针对细分人群的新产品
技术的创新应用：保险公司加速数字化转型，为降低风险、提升运营效率提供基础
业务模式创新：布局医疗健康生态，探索"保险+服务"模式，加深与医疗资源的链接
保险中介的创新
角色创新：多类别公司成立保险中介，销售方式升级
业务模式创新：业务模式多样化，获客渠道得到丰富
技术的创新应用：线上与线下渠道融合，服务内容向全流程拓展，重点协助保险公司攻克产品设计与销售难题
第三方委托管理公司的创新
针对产品设计、核保核赔、服务难题，医疗资源&理赔、大数据&风控、健康管理、药品福利管理等多角色加入TPA赛道
四类企业从不同角度切入行业，提供产品设计与风控技术支持，尝试加深医疗与保险的结合。当前服务内容升级，企业职能趋向综合。
创新案例分享
泰康在线、慧择、妙健康
健康险行业创新趋势
健康险三大主体持续创新，产品覆盖广度和保障深度将提升；各类公司加速数字化转型，专业化程度提升，行业分工明晰，主体间协同加深；保险机构加速布局健康管理、互联网医院等，而生物医药企业、医药电商、慢病管理平台、养老机构等资源将逐步寻求与保险结合

健康险行业创新背景

研究范畴界定

◆ **健康险的定义：**指由保险公司对被保险人因健康原因或者医疗行为的发生给付保险金的保险，主要包括医疗保险、疾病保险、失能收入损失保险、护理保险以及医疗意外保险等。

亿欧智库：健康险的分类和定义

分类	定义
医疗保险	指按照保险合同约定为被保险人的医疗、康复等提供保障的保险。
疾病保险	指发生保险合同约定的疾病时，为被保险人提供保障的保险。
失能收入损失保险	指以保险合同约定的疾病或者意外伤害导致工作能力丧失为给付保险金条件，为被保险人在一定时期内收入减少或者中断提供保障的保险。
护理保险	指按照保险合同约定为被保险人日常生活能力障碍引发护理需要提供保障的保险。
医疗意外保险	指按照保险合同约定发生不能归责于医疗机构、医护人员责任的医疗损害，为被保险人提供保障的保险。

来源：亿欧智库根据《健康保险管理办法》信息整理绘制。

◆ **健康险创新的研究范畴：**健康险创新缺乏官方的释义，基于美国经济学家熊彼特提出的创新概念和范畴，本篇报告将健康险行业创新界定为新保险产品的出现、技术的创新应用、业务模式的改变、新角色的出现。

产品创新

关注产品品类的增加，以及经典产品的更新迭代。分析产品创新背后的逻辑，包括：创新的原因和基础条件，以及创新带来的改变等。

技术的创新应用

云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链等技术逐步成熟，关注该类技术与健康险的结合深度，分析技术如何赋能健康险发展。

业务/管理的创新

关注健康险行业三大主体业务模式以及公司运营管理方式的变化，探讨该类创新对行业发展的意义。

创新角色

关注健康险行业出现的各类新参与者，分析该角色出现的原因，研究角色提供的价值。

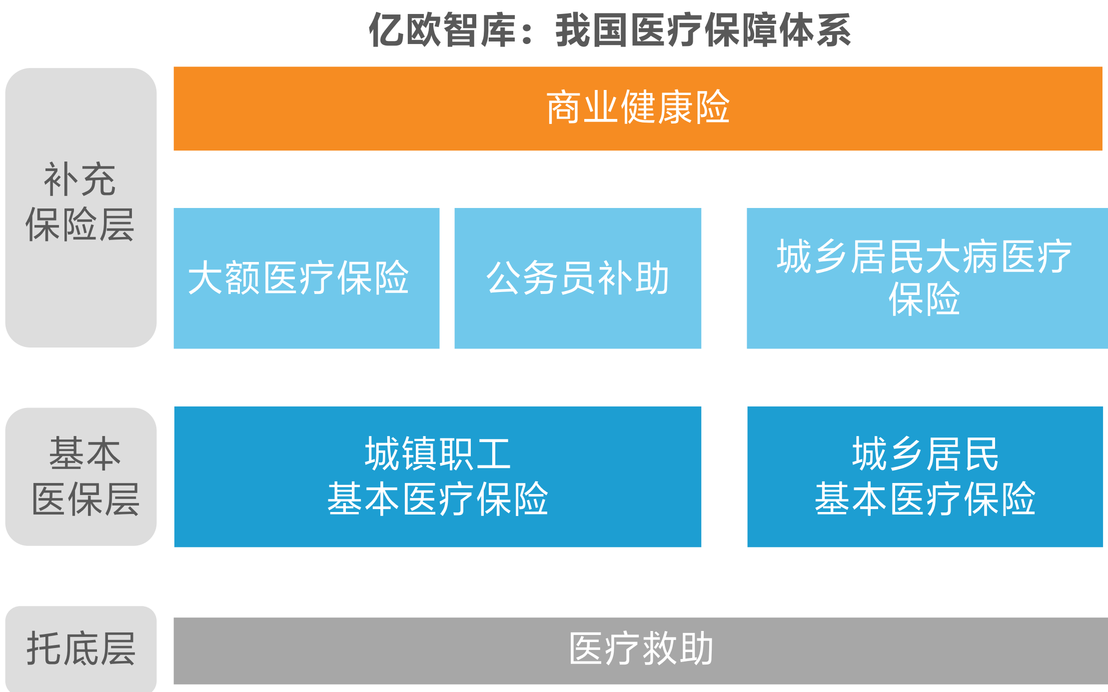
备注：《经济发展理论》："创新"就是把生产要素和生产条件的新组合引入生产体系，即"建立一种新的生产函数"，其目的是为了获取潜在的利润。

我国基本医疗保险支付能力有限，商业健康险充当补充保障作用

◆ 我国医疗保障体系由托底层、基本医保层、补充保险层等多层次构成。其中，基本医疗保险的保障能力有限。尽管基本医保的计划报销比例可高达90%，但居民的实际自付比例仍较高。根据《2019年全国医疗保障事业发展统计公报》显示，全国职工医疗保险的住院医保实际报销比例为75.6%，个人支付24.4%；而城乡居民的住院医保实际报销比例仅为59.7%，个人自付占比40.3%。

◆ 同时，我国的医保基金的支出增速大于收入增速，医保基金面临透支。而居民的医疗费用支出持续增加，健康险成为缓解医疗保障支付压力的重要组成部分。

亿欧智库：我国医疗保障体系



来源：亿欧智库根据公开信息总结绘制。

亿欧智库：我国基本医险保障水平

	城镇职工基本医疗保险	城乡居民基本医疗保险
计划报销比例	门诊一般50-90%，住院一般90%左右	门诊报销比例一般50%-65%，住院一般80%左右。
起付线及支付限额	各地均有所差异，起付线一般在年平均工资的10%左右 支付限额一般年平均工资的4倍作用，整体以10-30万元为主	支付限额各地均有所差异，10-20万居多
用药限制	甲类药100%属于医保支付范围，乙类药物个人承担10-30%左右，其余医保报销；丙类药为医保范围内的全自费药物	

来源：亿欧智库根据国盛证券信息总结绘制。

政策背景：政策监管升级促进行业逐步规范，同时鼓励产品、技术、服务创新

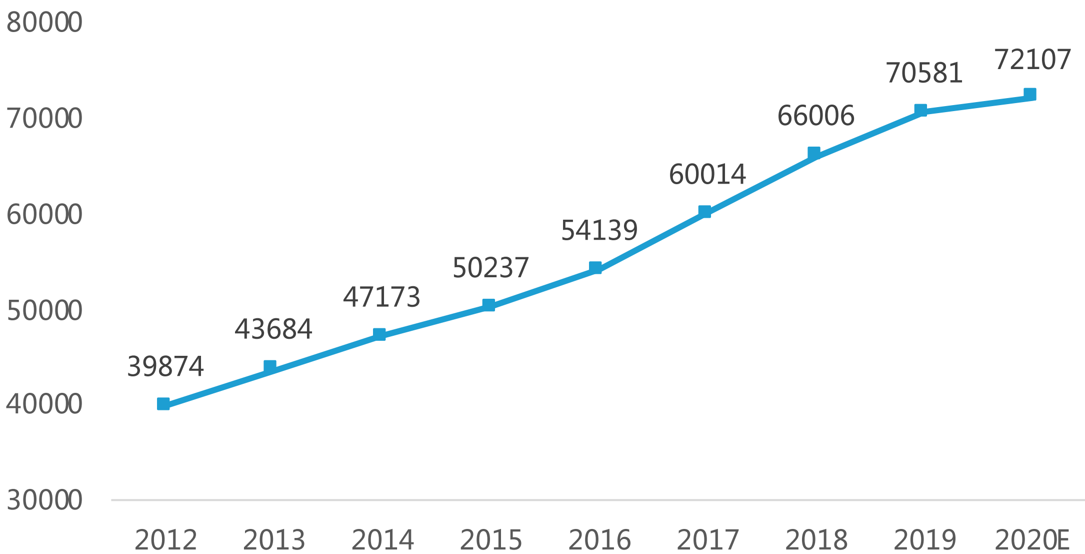


来源：亿欧智库根据中国银行保险监督管理委员会、中国银行保险协会网站信息自主整理。

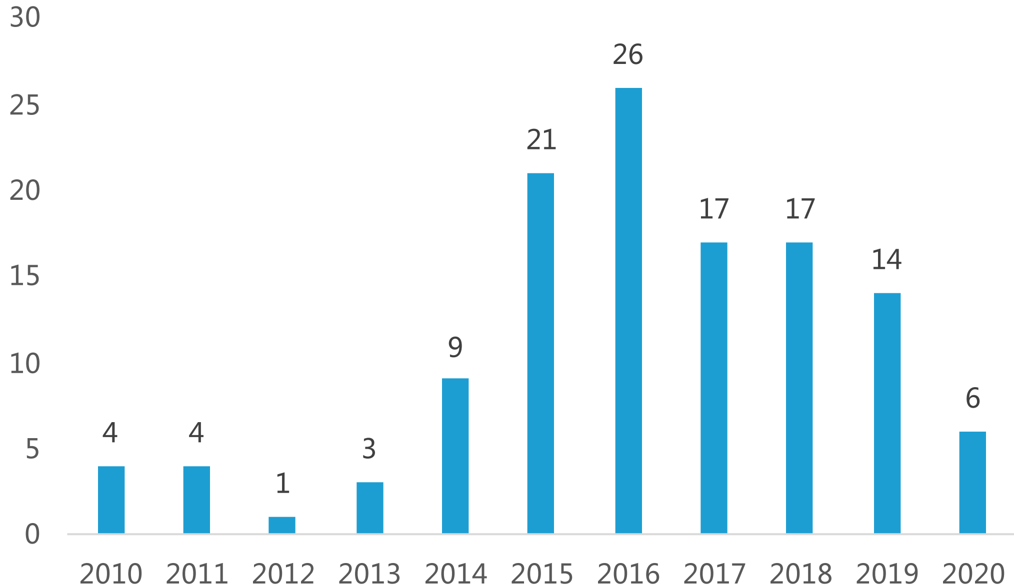
经济背景：国民经济水平提升带动需求升级，以及资本市场对于保险的关注增加，进而促进健康险发展进入快车道

亿欧智库

- 国民经济水平提升，带动需求升级： 2019年人均GDP已增至70581元。根据2012-2019年人口数据，2020年人口数量预计为14.09亿，人均GDP可达72107元。经济水平提升，居民对健康险的需求向多样化、个性化转变，如提高就诊体验、优化医疗质量等。
- 资本对健康险行业关注增加：根据亿欧数据显示，2009年-2013年健康险相关的融资事件不足5起，且集中在传统保险公司。2014年后，资本对保险中介的关注度明显增加，2016年的融资次数达26次。尽管2017年至今资本的热情有所回落，但对第三方委托管理机构仍较关注。2020年受疫情影响，健康险行业的投资较为分散，数量较少。



来源：亿欧智库根据国家统计局信息自行绘制。



来源：亿欧智库根据亿欧数据自行绘制。

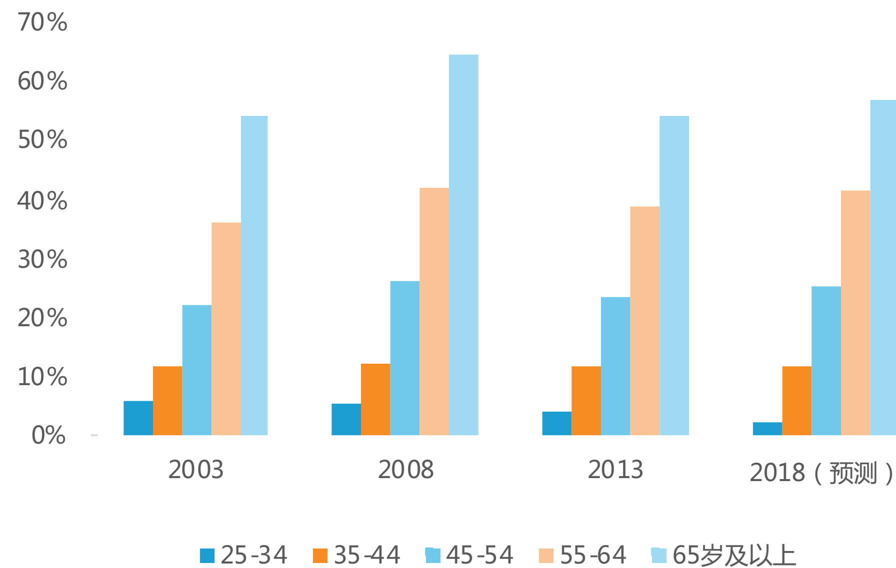
社会背景：老年人口患病风险高，更需要被保障，但目前提供给老年的健康险产品极为匮乏

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

◆ 我国人口老龄化问题日趋严峻，2019年我国65岁以上人口已达12.74%。老年人口患病率高于其他年龄层，如左图2003-2018年65岁以上人口慢性疾病的患病率维持在50%以上。伴随着人口老龄化的进程加速，我国医疗支出压力将加重。

◆ 当前，市场上的健康险产品的目标人群集中在标准体，且多数的保险产品限制被保险人的年龄需小于60岁，仅部分医疗意外险产品可覆盖60岁以上人群。这意味着60岁以上人口面临着保险缺失，老龄化人口的保障需求未被满足。

亿欧智库：不同年龄段慢病患病率



来源：亿欧智库根据《2019中国卫生健康统计年鉴》自行绘制。

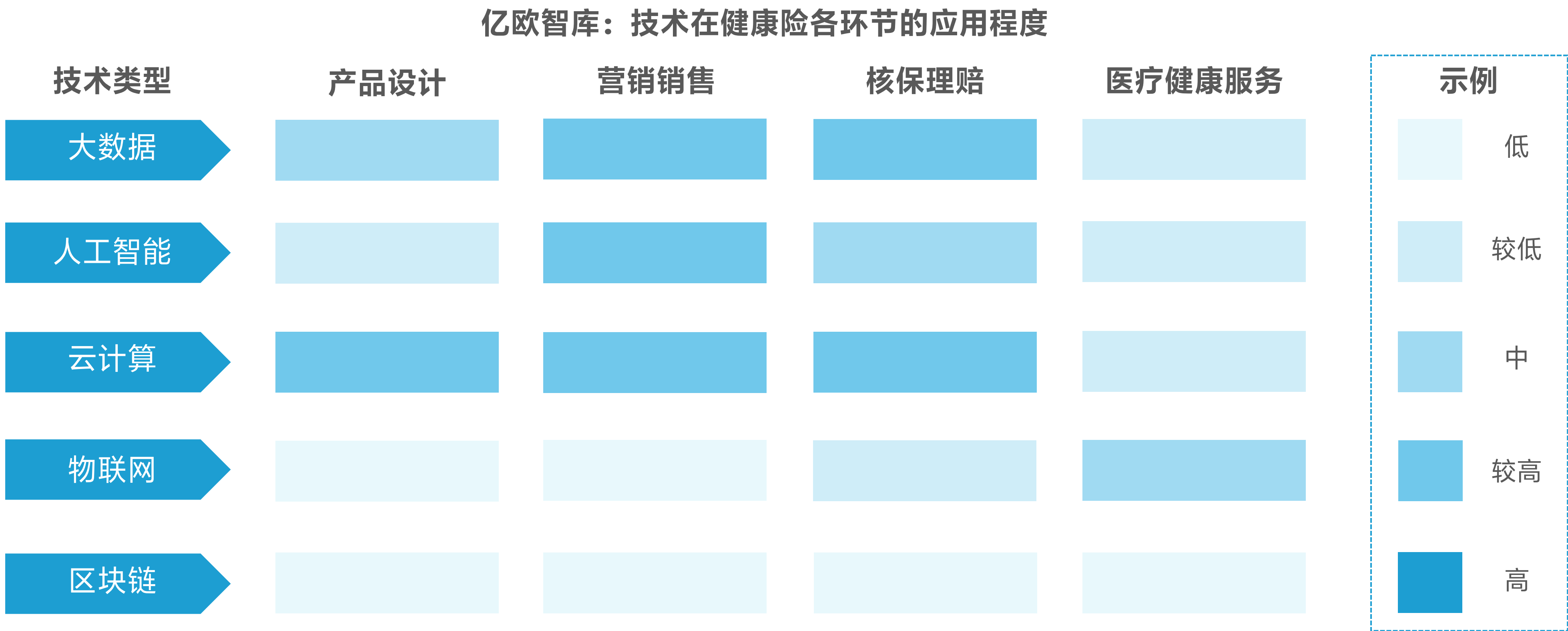
亿欧智库：健康险险产品的投保条件

险种	典型产品	投保限制
疾病险	重疾险	最高60岁 一般28-55岁
医疗险	百万医疗险	60岁以下
护理险	长期护理险	20-60岁
失能收入险	产品较少	产品加少
医疗意外险	手术意外险	产品较少

来源：亿欧智库根据公开资料总结绘制。

技术背景：技术逐步成熟，为健康险行业的创新奠定基础

◆ 伴随着大数据、人工智能、云计算、物联网、区块链等技术的成熟，新兴技术正逐步渗透到健康险业务流程与各类场景中。技术应用于产品设计、营销销售、核保理赔、医疗健康服务各环节中，为健康险行业创新提供支持。然而，各技术在不同环节的应用仍在不断探索。其中，云计算作为基础技术与健康险结合较深，大数据与人工智能技术次之，与物联网和区块链技术的结合尚在早期。



来源：亿欧智库根据《保险蓝皮书（2019）》信息自行总结绘制。

更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

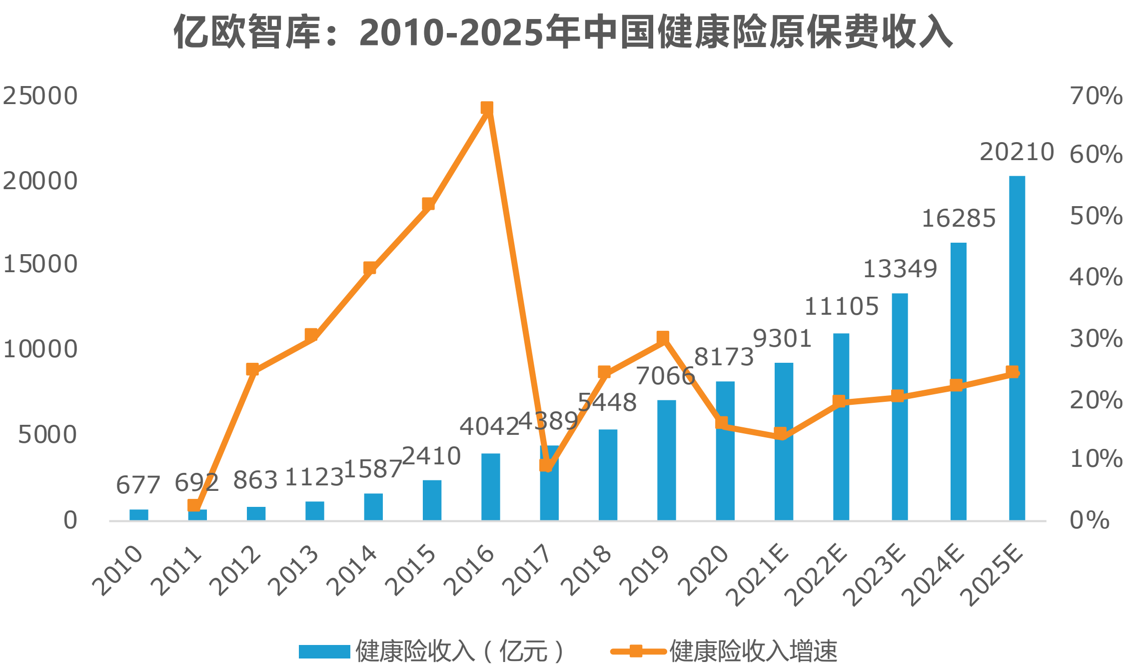
健康险行业发展现状

健康险行业快速发展，且受疫情影响，人群的投保意愿提升

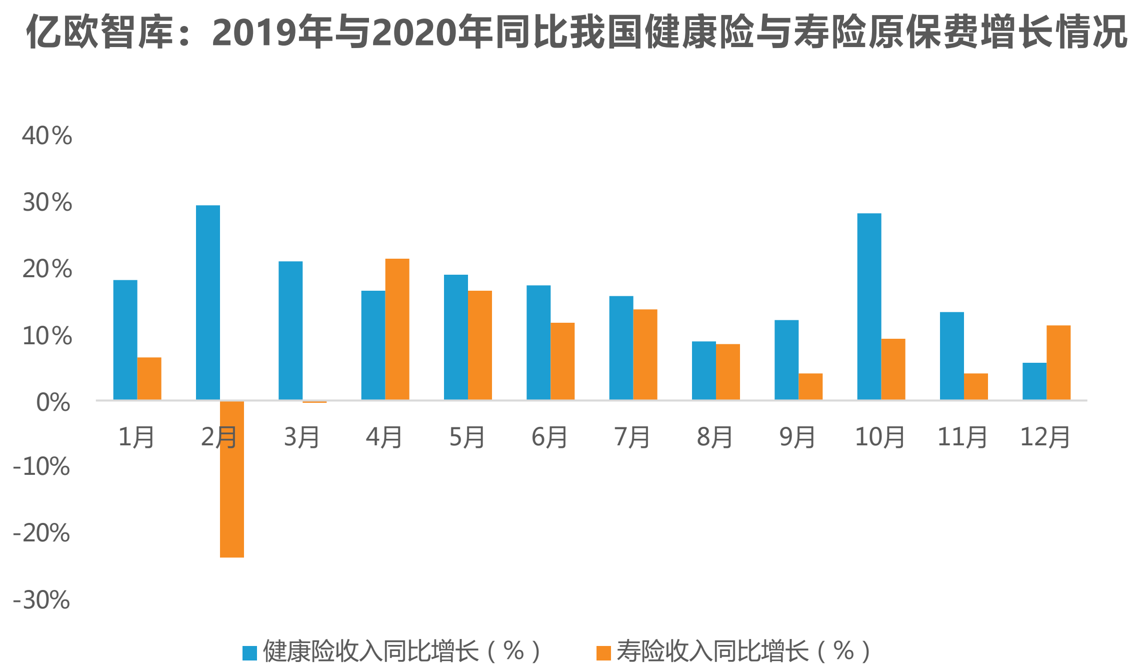
亿欧智库

◆ 健康险的原保费收入逐年上升，截至2020年保费收入已达8173亿元。其中， 2016年前健康险保费增速较快，而由于2016年76号文规范短存续期产品、2017年134号文限制快速返还型产品，万能险和投连险销售受阻，导致健康险收入增速有所放缓。据亿欧智库测算，2021年由于部分重疾险、短期健康险产品调整，保费收入增速下降至13.8%。2022年后，保费增速将回升至20%以上，预计到2025年收入可达20210亿元。

◆ 2020年1月新冠疫情的爆发，促使人群健康险的投保意识提升。2020年健康险保费收入同比增幅明显高于寿险，尤其在我国疫情最为严重的2月，寿险负向增长，而健康险却逆势上升。



来源：亿欧智库根据银保监会数据自行绘制。



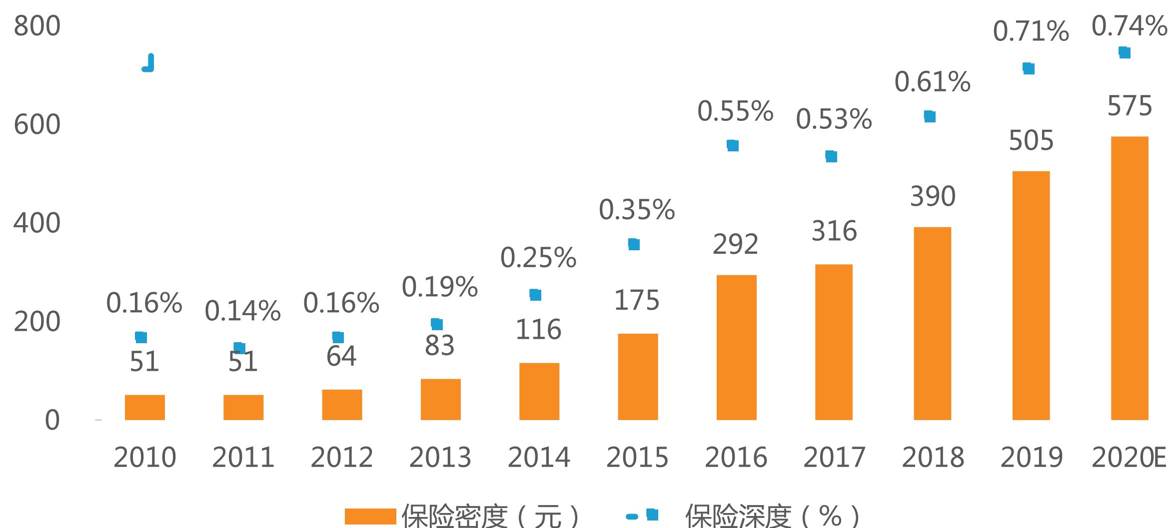
来源：亿欧智库根据银保监会、国家统计局数据自行绘制。

我国健康险的保险深度、密度较落后于成熟国家，且赔付支出占比低，健康险的补充保障作用有限

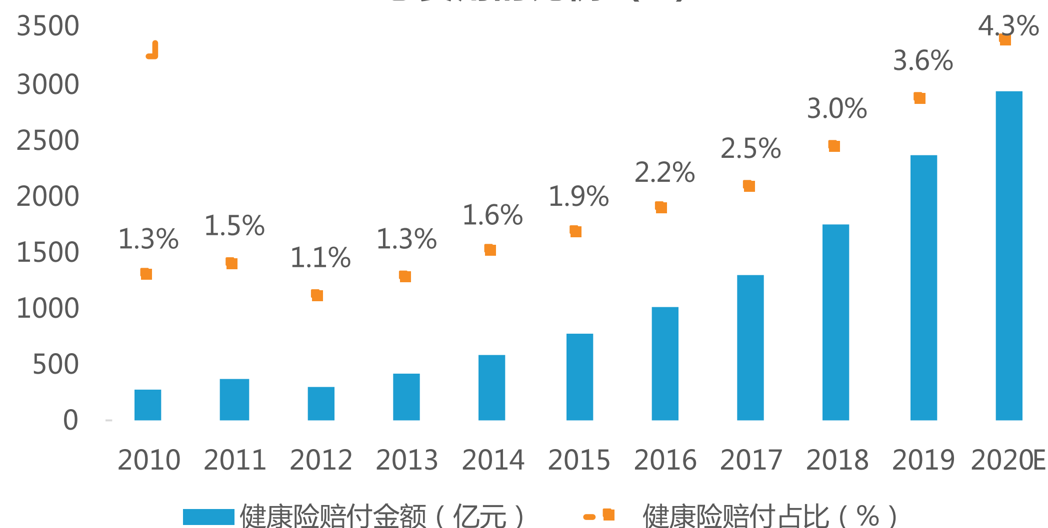
更多资料，欢迎访问 www.wenku120.com

- 保险的深度、密度仍较落后：2010-2020年我国的保险深度和保险密度保持较快增速。然而，我国的保险密度和保险深度与国外成熟市场存较大差距。截至2019年，我国的保险密度为505元/（人*年），预计2020年升高至575元/（人*年）。然而，日本、德国等保险市场成熟的国家，保险密度于2018年已达3000-4000元/（人*年）。

- 健康险补充保障力度不足：2010-2020年我国健康险的赔付支出占比快速提升，但由于我国健康险发展较晚，其所发挥的补充保障作用较低。截至2019年，健康险的赔付金额占比为3.6%，预计2020年也仅占4.3%。根据中保协数据显示，2017年发达国家的商业健康险赔付占比已达10%。



来源：亿欧智库根据银保监会数据自行绘制。



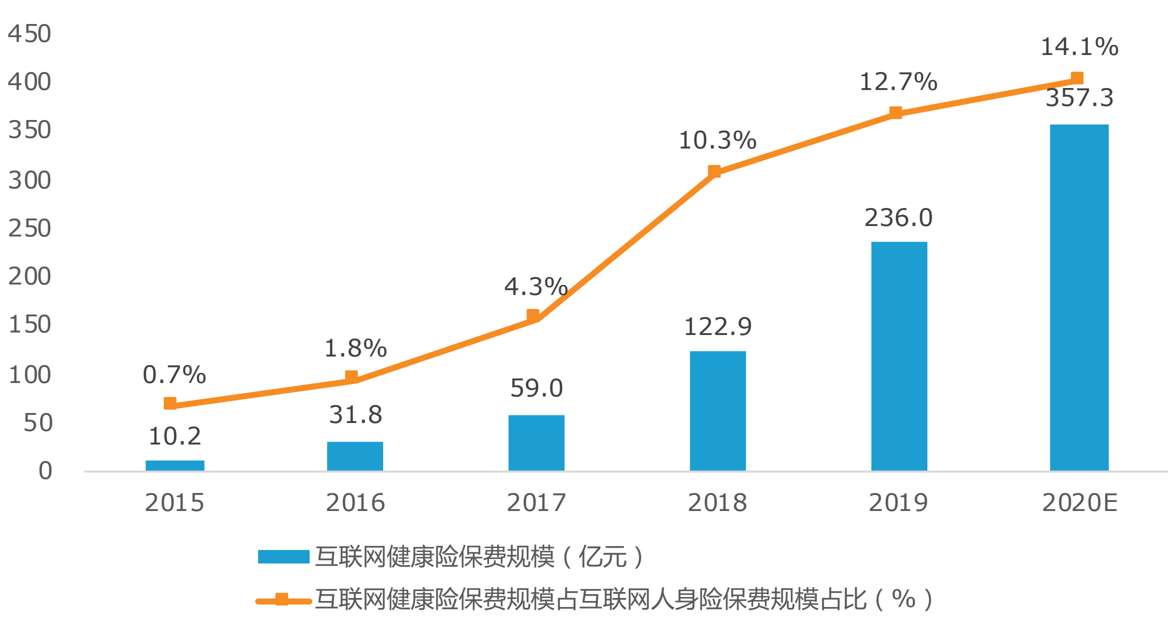
来源：亿欧智库根据银保监会、国家统计局数据自行绘制。

互联网健康险快速发展，其中，第三方平台销售收入占比高

◆ 互联网渠道兴起：由于互联网简化了人群获取信息的难度，减少信息不对等，“互联网+健康险”取得飞速发展。2015年互联网健康险保费仅为10.3亿元，占比0.7%，而2019年收入已增长至236亿元，占比12.7%。受疫情影响，线下展业受影响，互联网健康险进一步发展，预计2020年互联网健康险保费收入为357.3，占比达14.1%。

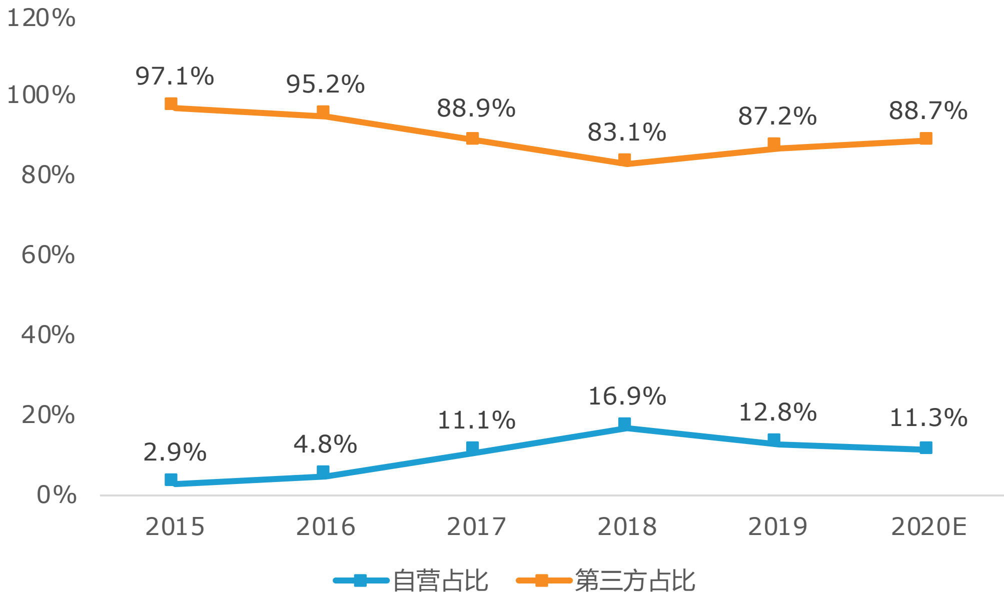
◆ 第三方平台收入占比高：互联网人身险的收入来源中，预计2020年各大保险机构的自营平台销量占比为11.3%，而包括微保、蚂蚁金服在内的第三方平台的收入占比可达88.7%。

亿欧智库：2015-2020年中国互联网健康险发展情况



来源：亿欧智库根据中保协数据自行绘制。

亿欧智库：2015-2020年中国人身险各渠道发展情况



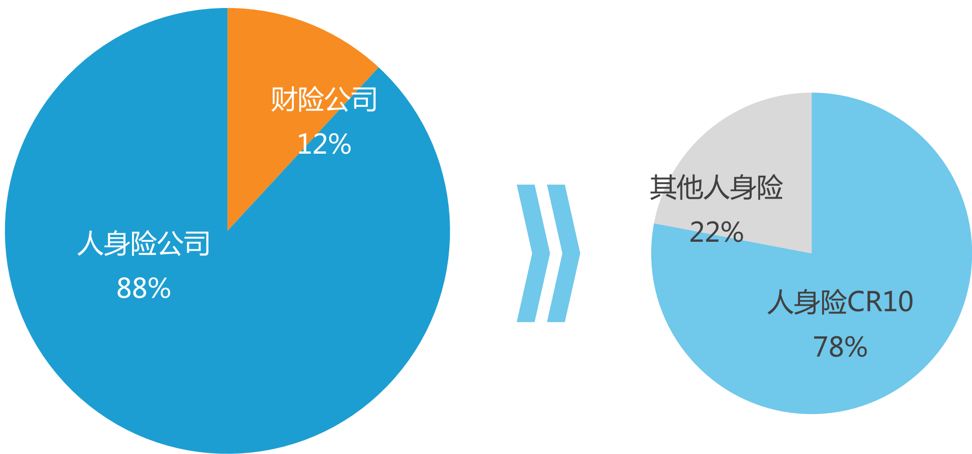
来源：亿欧智库根据中保协数据自行绘制。

竞争格局：健康险市场集中度高，行业竞争逐渐激烈

◆ 行业集中度高：2019年经营健康险的人身险公司共91家，财产险公司73家。但从收入规模来看，人身险公司的健康险原保费收入占比88%，财险公司收入仅占12%。其中，人身险公司CR10的收入占比为78%，市场集中度高。其中，专业健康险公司占比仅为4%，只有人保健康一家进入了CR10。

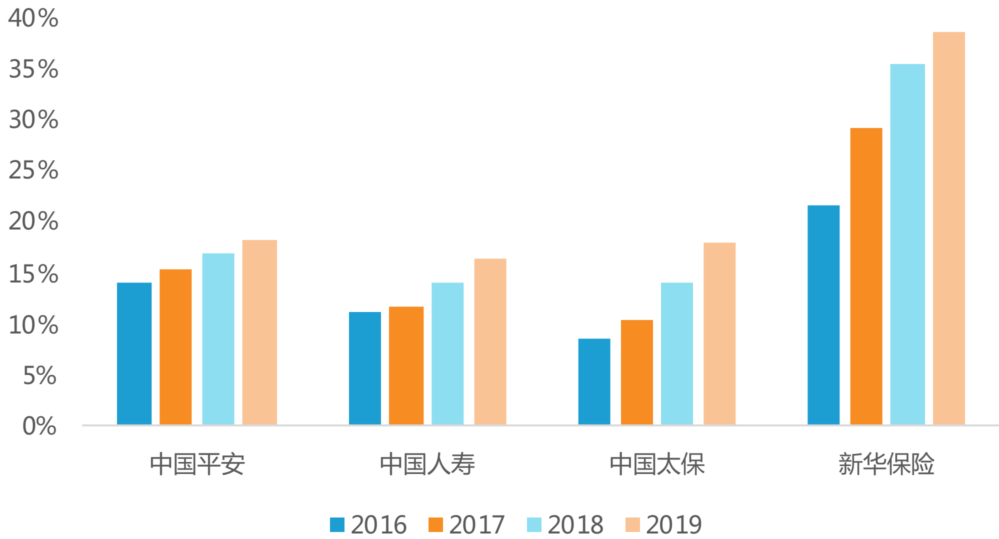
◆ 健康险行业竞争加剧：近年来，各大保险公司积极布局健康险，抢占健康险市场。中国平安、中国人寿、中国太保、新华保险等上市保险公司的健康险收入占比逐年增加，行业竞争加剧。

亿欧智库：保险公司健康险保费收入占比



来源：亿欧智库根据《2020年中国保险统计年鉴》数据自行绘制。

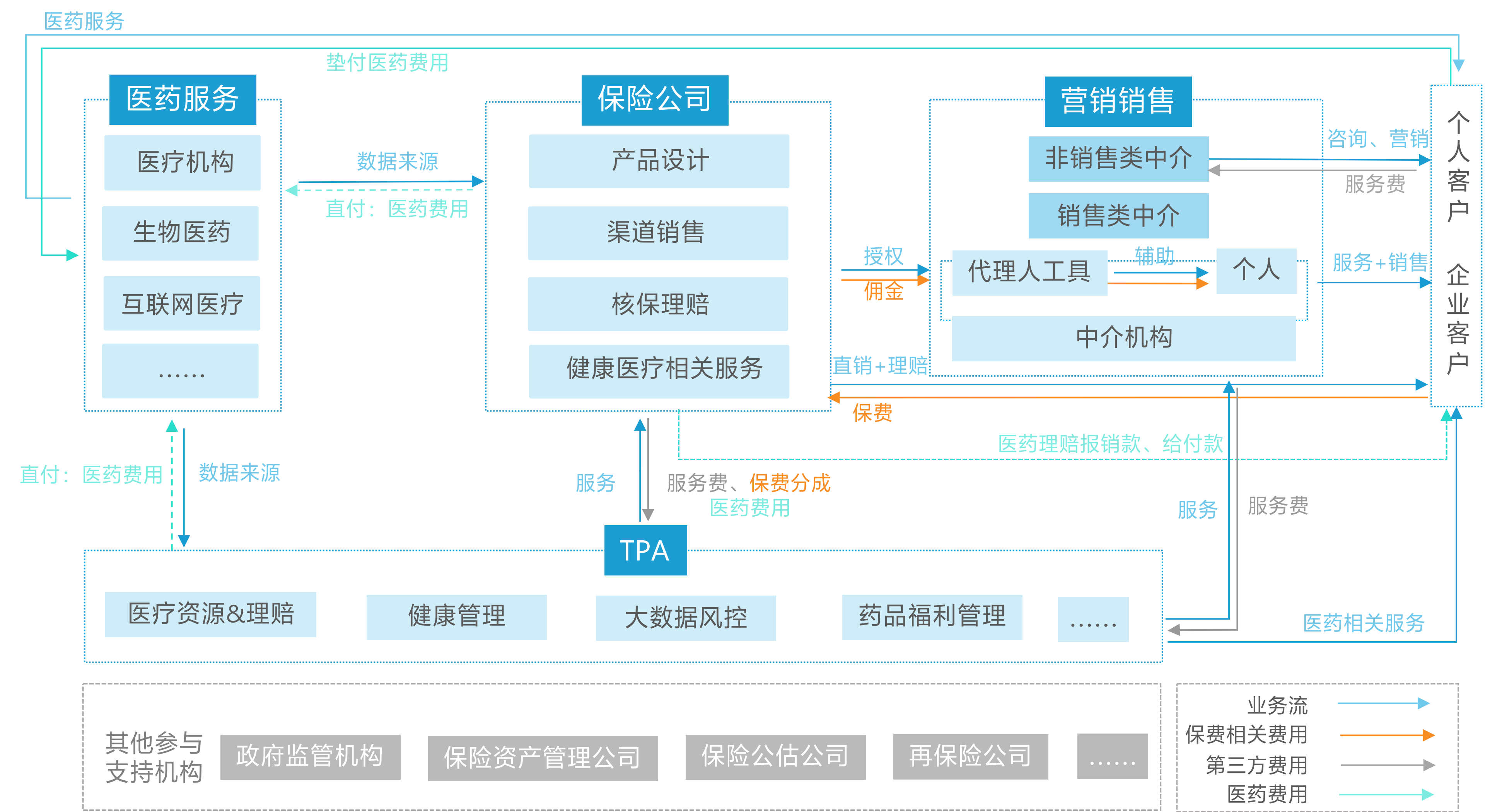
亿欧智库：2016-2019年上市险企健康险收入占比



来源：亿欧智库根据《2020年中国保险统计年鉴》数据自行绘制。

健康险行业产业链

◆ 相较于传统健康险行业产业链，在创新产业链中，以保险中介和TPA为主的参与者增加，企业所提供的服务内容更为精细化，各类产业角色的收入来源更为丰富。



来源：亿欧智库根据公开资料及企业访谈信息自行绘制。

健康险行业产业图谱



来源：亿欧智库根据公开资料及企业访谈信息自行绘制。

健康险行业盈利难，专业健康险公司经营徘徊在亏损边缘

◆ 健康险运营风险高，业务盈利难。根据人保健康、平安健康、太保安联健康、复星联合健康等6家专业健康险公司披露的经营数据显示，2015年至今人保健康、平安健康、太保安联健康、昆仑健康实现微薄盈利，而复兴联合健康、瑞华健康成立较晚，截至2019年尚未实现盈利。健康险的经营需要更专业的经营方式，以帮助保险公司增收、降本。

亿欧智库：2015-2019年专业健康险公司盈利情况

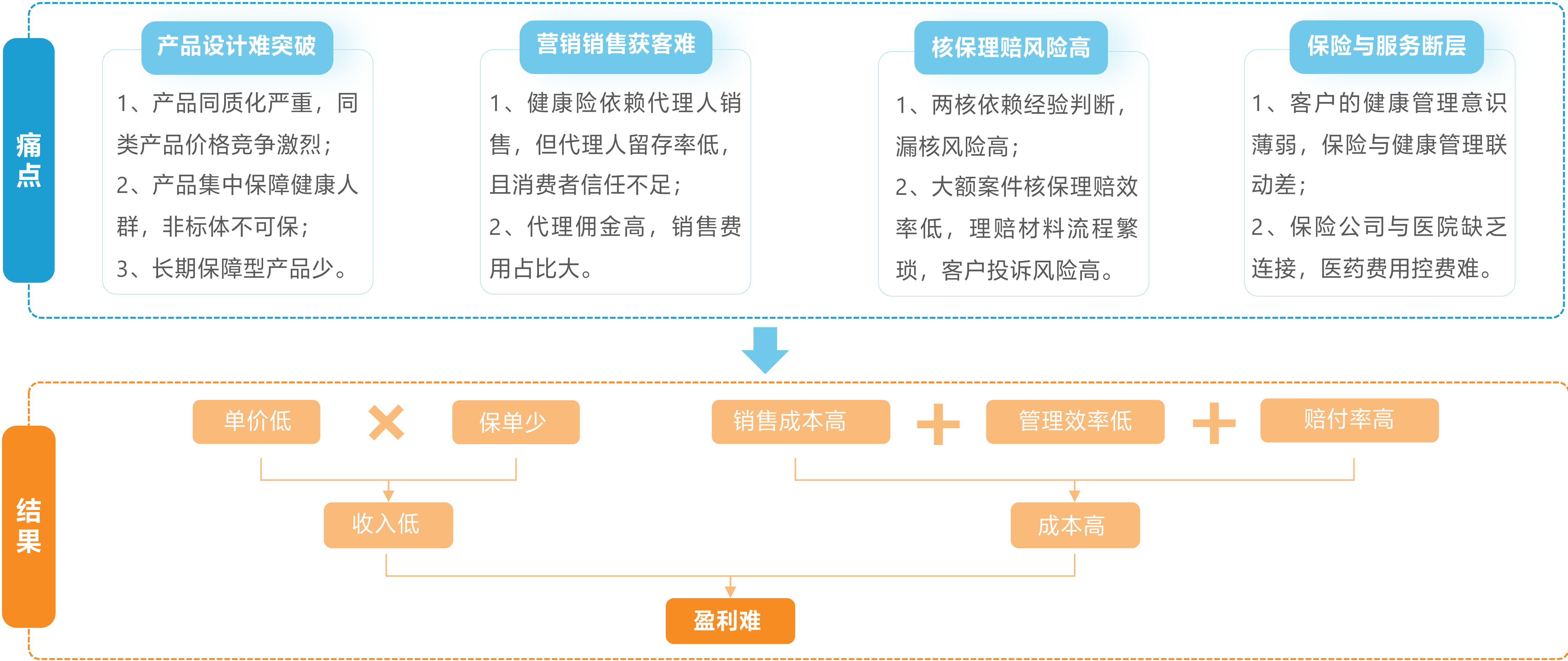
净利润（亿元）	2015	2106	2017	2018	2019
人保健康	-1.4	0.03	0.07	0.2	0.3
平安健康	-1.2	-0.6	1.6	1.4	4.1
太保安联健康	-0.6	-1.5	-1.9	-1.4	0.07
昆仑健康	1.5	0.09	-8.3	-7.7	1.3
复星联合健康	——	——	-0.4	-0.9	-0.4
瑞华健康	——	——	——	-1.2	-1

来源：亿欧智库根据《2020年中国保险统计年鉴》和公司财报自行整理绘制。

健康险行业各环节存在痛点，导致健康险业务盈利难

亿欧智库

◆ 尽管我国健康险发展速度较快，但健康险尚存产品设计难创新、营销销售获客难、核保理赔风险高、保险与医疗服务断层等痛点。健康险四大痛点导致健康险单价低、保单数量少、销售成本高、管理效率低、赔付率高等问题，进而导致各公司的健康险业务收入低而成本高，盈利难。



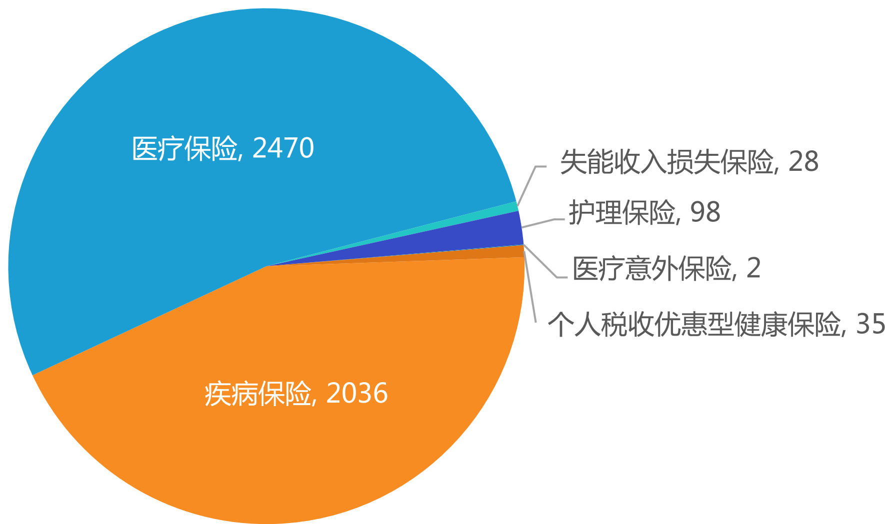
疾病和医疗保险占比高，长期医疗险匮乏，且产品同质化严重，价格竞争激烈

亿欧智库

- **疾病和医疗保险为主力产品：** 截至2020年12月，中国保险行业协会产品库中的人身险公司的健康险产品共计4669款，其中疾病保险2036款，医疗保险2470款。而医疗保险产品中，1461款为不可单独购买的附加险产品，医疗保险的主险产品相对较少。另外，失能收入损失保险、护理险和医疗意外险数量仅为28、98、2款，产品数量极为有限。

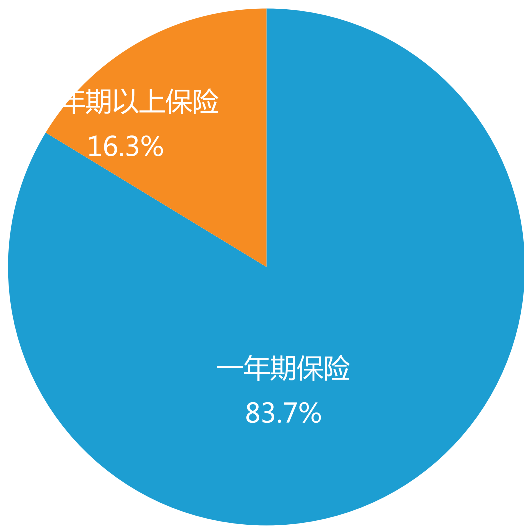
- **长期医疗保险少：** 医疗保险作为基本医疗保险和重症保险之间的补充保障产品，广受人群追捧。但目前的人身险公司经营的医疗保险产品中83.7%都为一年以内的短期医疗保险，一年以上或者保证续保的产品选择匮乏。且由于医疗数据获取难，产品同质化严重，价格竞争激烈。2020年的健康险保费平均单价为1918.9元，较2019年降低5.6%。

亿欧智库：2020年中国健康险产品组成



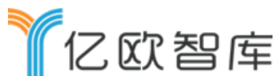
来源：亿欧智库根据中国保险行业协会信息自行总结绘制。

亿欧智库：2020年中国人身险公司的医疗保险保障期限



来源：亿欧智库根据中国保险行业协会信息自行总结绘制。

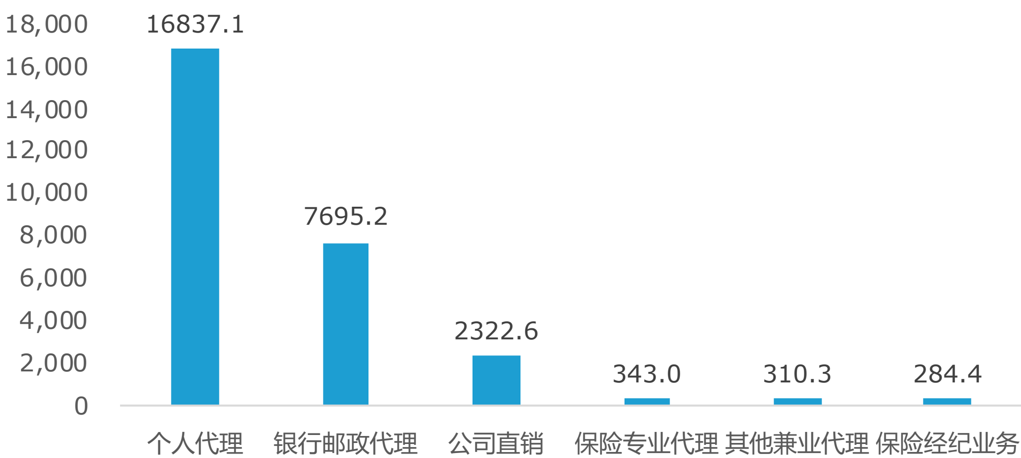
健康险对个人代理依赖性高，而代理人收入不足，留存率低，培养成本提高



◆ 个人代理渠道为主要的人身险收入来源。2019年来自代理人的保费收入为16837.1亿元，占比60.6%。而健康险作为人身险的一个重要组成部分，疾病与医疗保险的专业名词和条款更为复杂，需要专业人士帮助解释，对于个人代理的依赖性也同样较强。

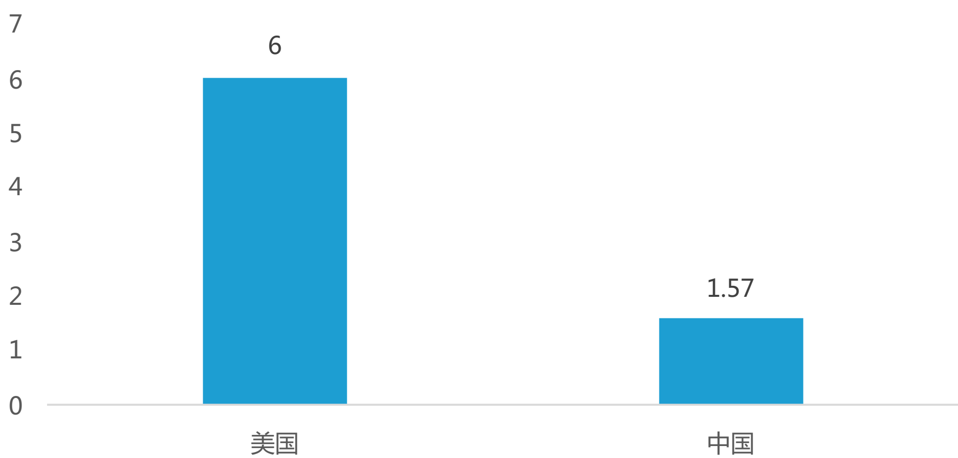
◆ 然而，由于代理人销售困难，佣金收入有限，代理人流动性大，培养成本增加。据《2018中国保险中介市场生态白皮书暨保险营销员调查报告》调查显示，近50%的代理人收入低于6000元/（人*月），仅有9.2%的代理人收入超2万元。2019年LIMRA与中再寿险联合发布的报告显示，我国代理人留存率低，平均从业年限仅为1.57年，而美国为6年。

亿欧智库：2019年中国人身险各类渠道保费收入（亿元）



来源：亿欧智库根据《2020年中国保险统计年鉴》自行整理绘制。
备注：人身险包含健康险。

亿欧智库：中国与美国代理人从业年限（年）



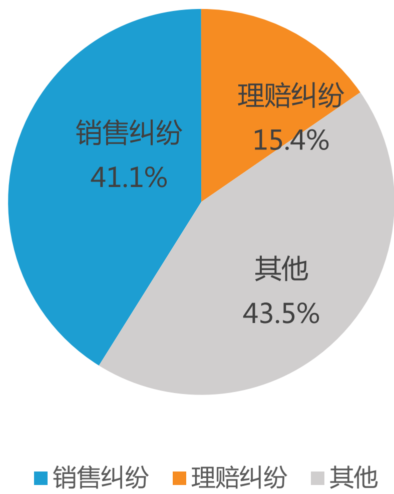
来源：亿欧智库根据《中国保险代理人渠道调查报告·2019》自行整理绘制。

人身险的销售不规范，理赔效率低，客户对该环节的投诉占比高

◆ 销售和理赔仍是投诉的重点事项。销售环节，由于代理人的专业性不足，又急于促成保单交易，存在夸大与误导行为，导致消费者对于保单的理解有偏差，对代理人缺乏信任；理赔环节，保险公司与医疗机构之间缺乏连接，导致消费者多次往返医院补充理赔材料。且保险公司的理赔人员匮乏，身兼多职，大额保单理赔时效得不到保障。

◆ 依据《2020年第三季度保险消费投诉情况的通报》显示，2020第三季度年涉及人身保险公司投诉中，销售纠纷8166件，理赔纠纷3052件，分别占人身保险公司投诉总量的41.1%和15.4%。而健康险作为人身险的一部分，其医疗和疾病险也是主要被投诉的险种。

亿欧智库：2020年三季度人身险消费者的投诉占比



来源：亿欧智库根据银保监会信息自行整理绘制。

亿欧智库：我国人身险消费者的投诉情况

	主要险种	主要问题
销售纠纷	普通人寿保险 分红保险 疾病保险 意外伤害保险	主要反映夸大保险责任或收益、未充分告知解约损失和满期给付年限、承诺不确定利益的收益保证等问题。
理赔纠纷	疾病保险 意外伤害保险 医疗保险	主要反映理赔时效慢、理赔金额争议、理赔资料繁琐等问题。

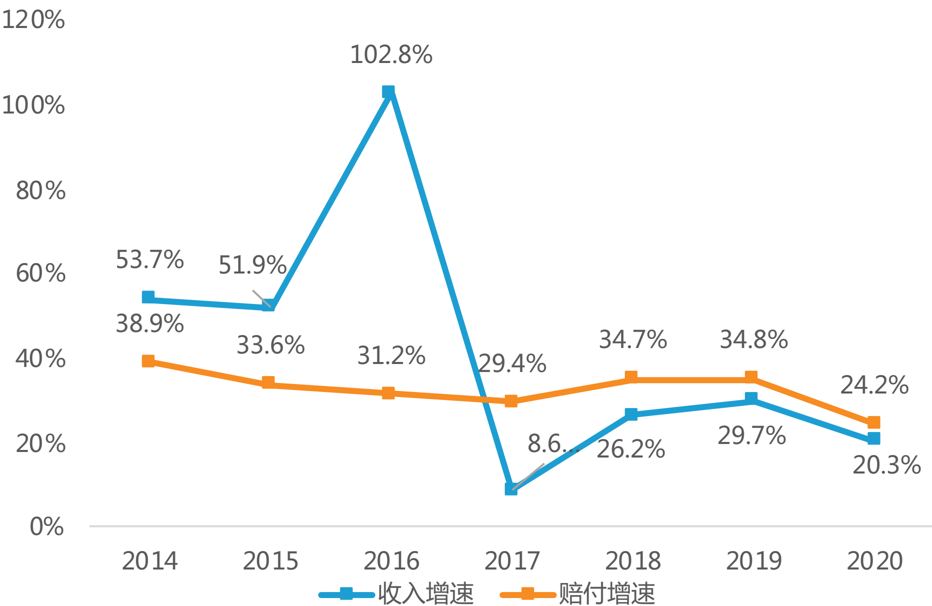
来源：亿欧智库根据银保监会信息自行整理绘制。

健康险赔付率居高不下，医疗健康服务与保险之间缺乏联动是其中一重要原因

亿欧智库

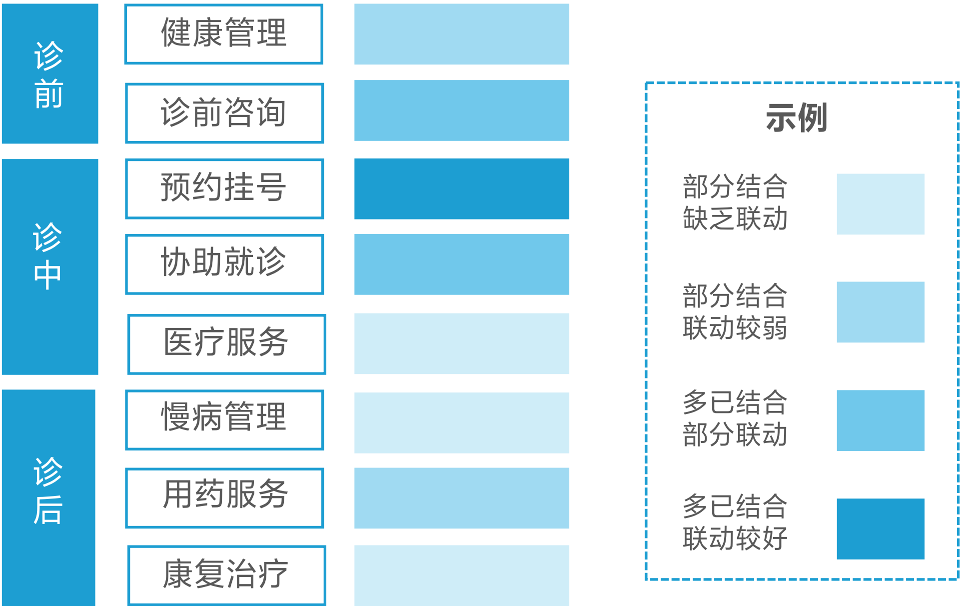
- 2016年百万医疗险、税收优惠险等的出现，保费收入快速提升，但该趋势并未持续。2017年部分健康险产品下架之后，我国的健康险赔付增速持续高于收入增速。其主要原因在于保前风控难，消费者存在虚假健康告知，及保后医疗健康服务与保险连接断层。
- 健康险的经营需要与健康医疗服务深度结合，但目前保险公司提供的医疗健康服务多为增值服务，保障性不足。诊前，保险公司多能提供健康管理，但联动较弱，对客户的身体健康难以及时干预。诊中，保险公司对医疗费用支出的合理性难以干预。诊后，保险仅提供少量特殊药品服务，药品服务有限，使用率不高。

亿欧智库：2014-2020年我国健康险收入与赔付增速



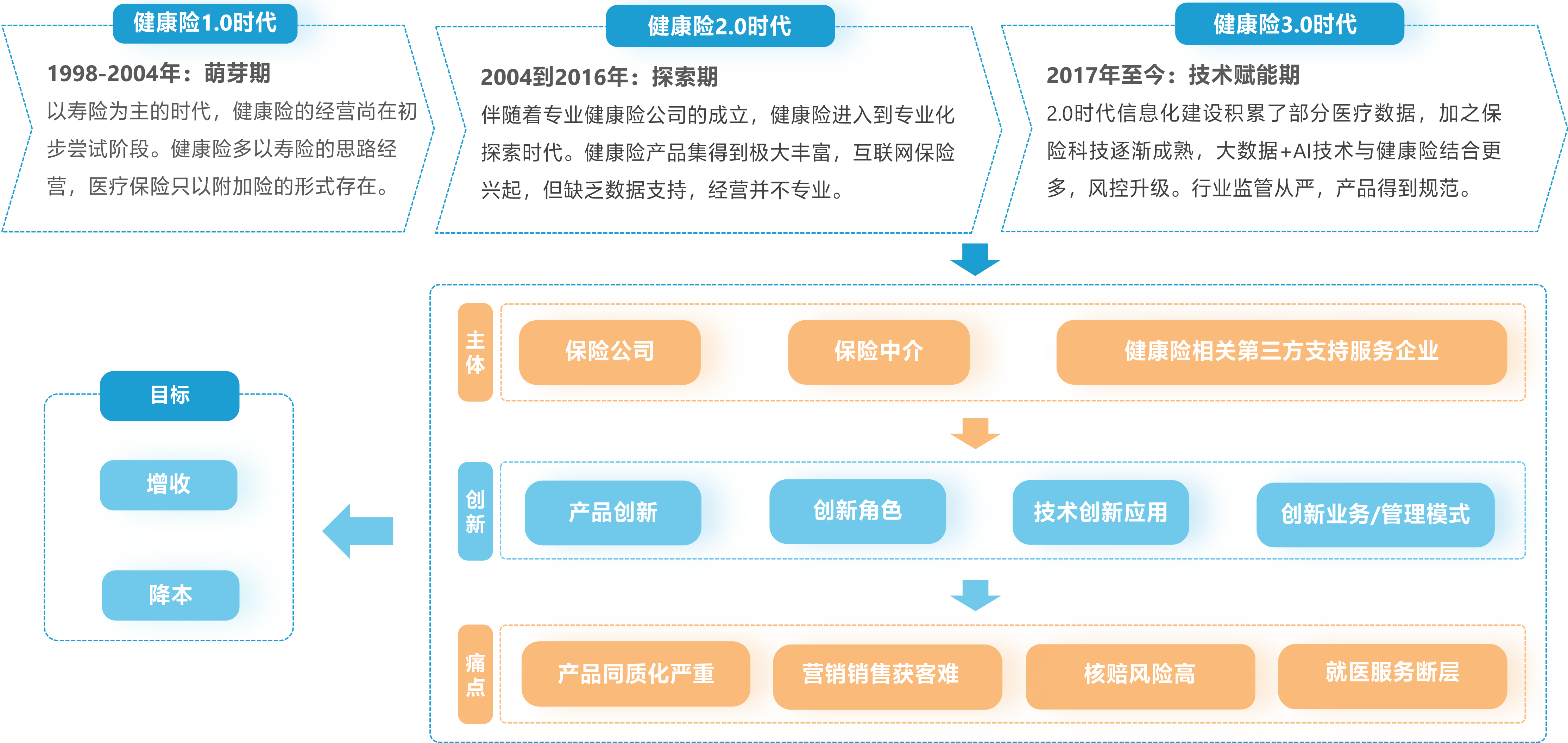
来源：亿欧智库根据银保监会信息自行总结绘制。

亿欧智库：我国健康险提供的医疗健康服务的深度



来源：亿欧智库根据银公开信息自行总结绘制。

健康险行业发展从2.0向3.0时代过渡，行业三大主体相互协作，提供创新方案，解决行业痛点，以实现增收、降本的目标



健康险行业创新梳理

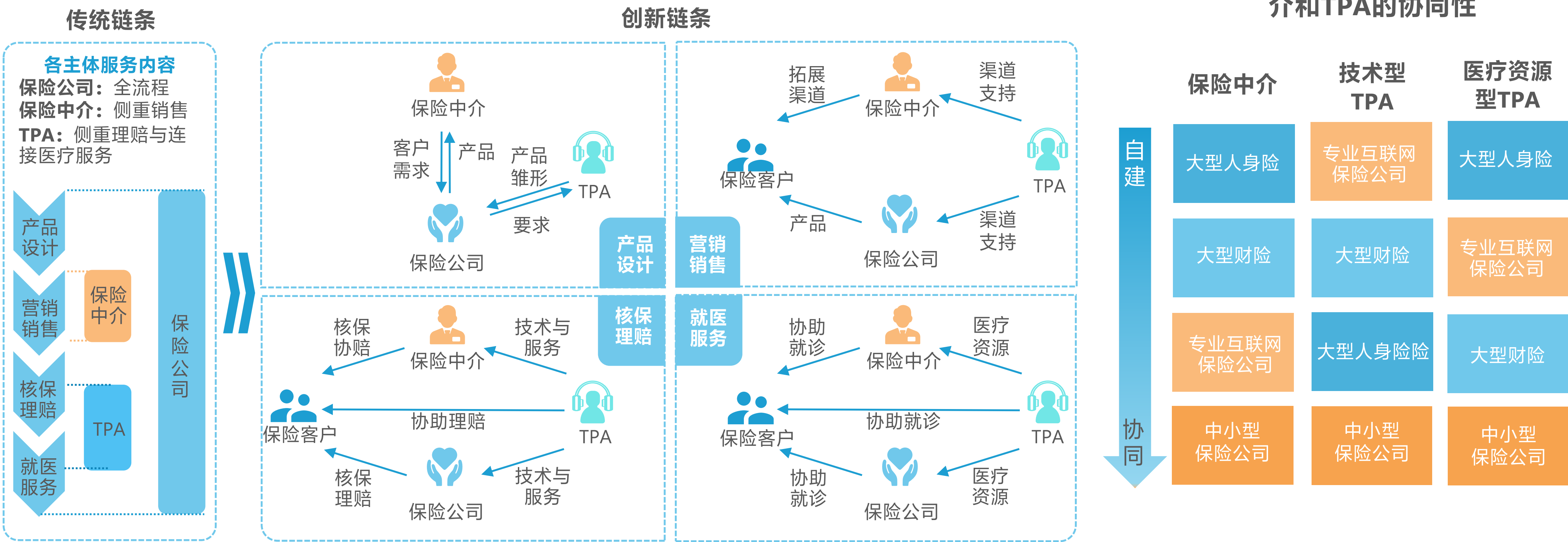
健康险行业三大主体加强协同合作，其中不同类别的保险公司协同需求不同

◆ 保险公司、保险中介、第三方委托管理机构是健康险的三大参与主体。三类角色不断拓展其在保险链条中的功能，在创新产业链中各个环节中相互协同，提供创新方案，缓解健康险行业痛点。

◆ 不同类别保险公司与其它主体的协同程度不同。大型人身险公司具备健康险经营的专业性，人员、技术、资金实力较强，与保险中介和第三方协同性相对较弱。而其他类别的保险公司在不同程度上与保险中介和第三方公司协同合作。

亿欧智库：三大主体在健康险链条中的协同关系

亿欧智库：不同类别保险公司与保险中介和TPA的协同性



来源：亿欧智库根据企业访谈与公开信息整理绘制。

健康险三大主体在各环节参与程度加深，促进商业模式升级

◆ 行业各角色协同合作，在保险产业链各环节的贡献程度加深，促进商业模式升级。链条上的主要变化：1）获客渠道不断拓展，客户渗透率得到提升，给业务带来增量，使得整体保费规模有所增加。2）传统产业链中，各主体对营销销售和核保理赔更重视。而创新产业链中，产品设计、与医疗服务在业务比重中占比提升。3）产业链各环节的参与者增加，贡献占比变化，获得的收入分配将不同。其中，由于保险公司的贡献占比降低，对应的保费被其他参与者瓜分；相反，保险中介与TPA参与的环节增加，提供的贡献占比增加，带来了收入的增量。

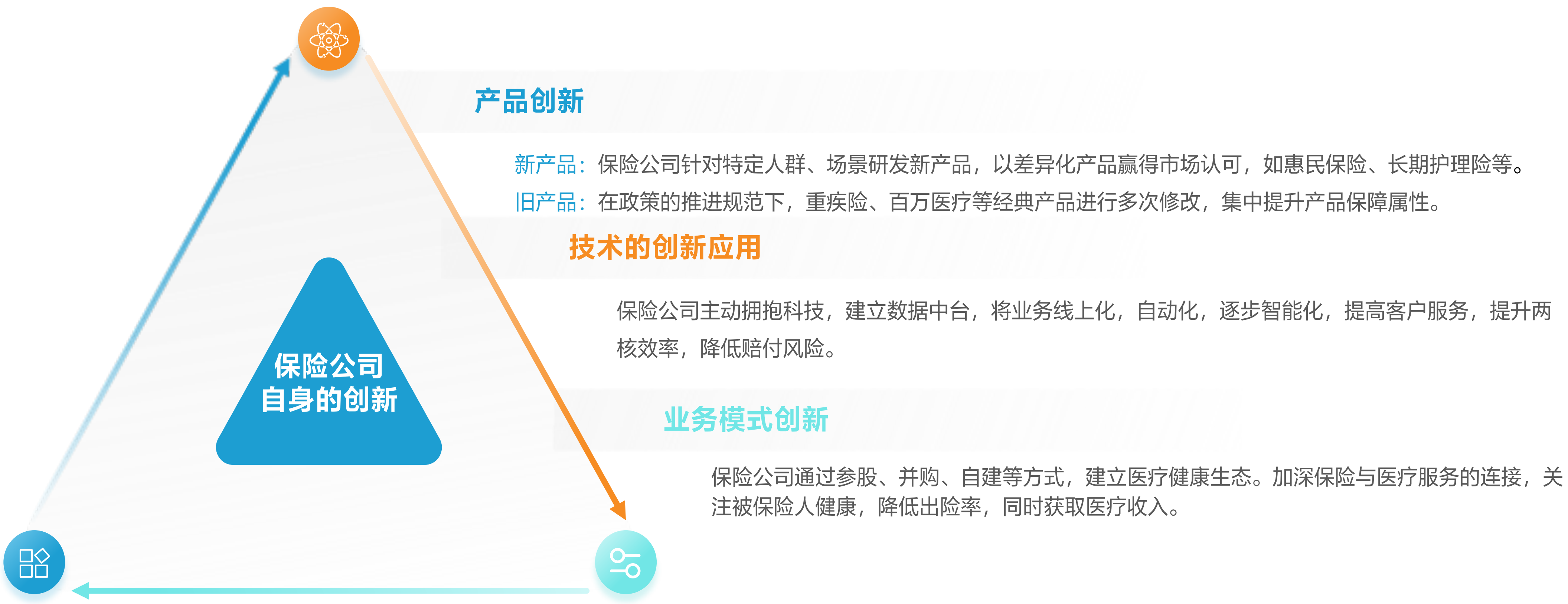
亿欧智库：健康险行业各类参与者在产业链各环节中参与程度



备注：星的数量表示参与程度，数量越多，参与越深。
来源：亿欧智库根据企业访谈与公开信息整理绘制。

保险公司的自主创新举措

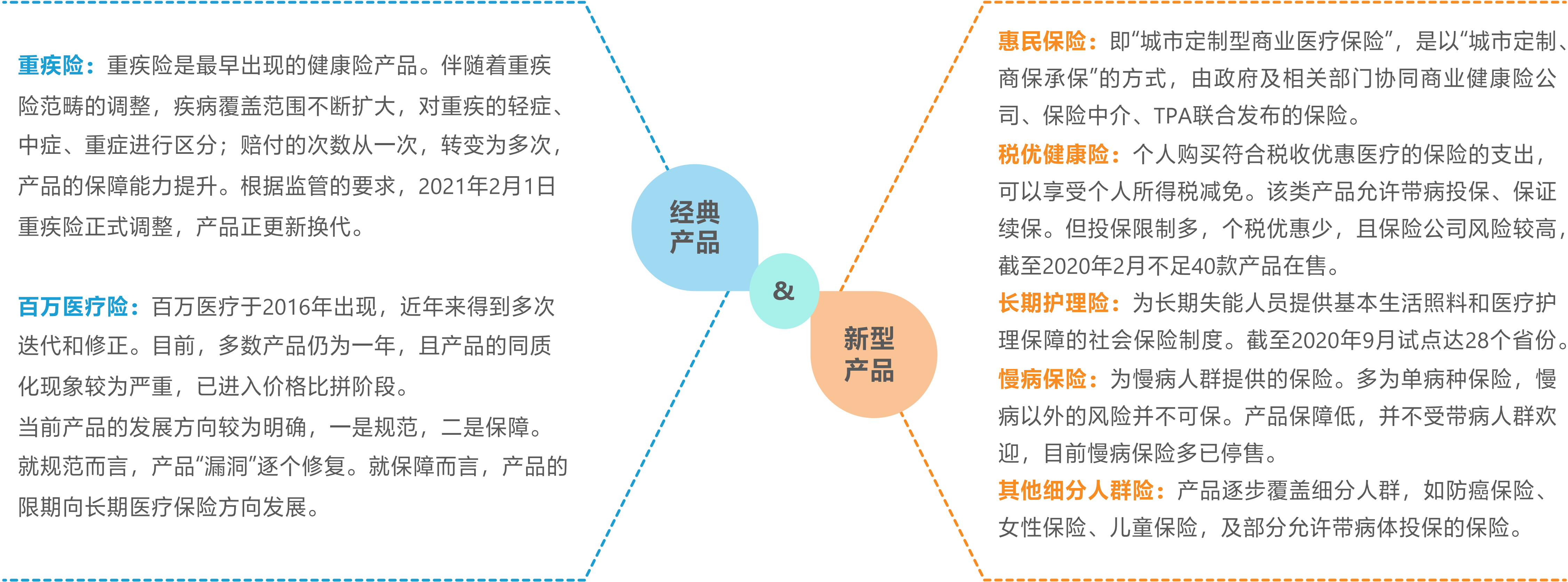
◆ 保险公司面对政策规范与引导与行业发展痛点，主动寻求变革。其中，大型保险公司各方面实力较强，多自主创新，而其他类别公司则更需保险中介和第三方管理机构的协同。本章主要分析保险公司提供的创新方案，主要体现在产品创新、技术的创新运用、创新业务模式等方面。



产品创新：经典产品迭代与新型产品出现，旨为提升保险的保障属性，尝试突破对投保人群的限制

亿欧智库

◆ 近年来，保险公司为适应市场需求，围绕健康险产品，激发出许多创新举措。包括新型产品的设计和经典产品的更新迭代。重疾险和百万医疗险作为经典的健康险产品，不断调整，趋向于提升服务，延长保障期限。各类新型产品接连上市，则趋向于覆盖更广泛的人群。然而，不论是新型产品的出现或是经典产品的迭代，都仍在探索中，尚未有本质突破。



重疾险： 重疾险是最早出现的健康险产品。伴随着重疾险范畴的调整，疾病覆盖范围不断扩大，对重疾的轻症、中症、重症进行区分；赔付的次数从一次，转变为多次，产品的保障能力提升。根据监管的要求，2021年2月1日重疾险正式调整，产品正更新换代。

百万医疗险： 百万医疗于2016年出现，近年来得到多次迭代和修正。目前，多数产品仍为一年，且产品的同质化现象较为严重，已进入价格比拼阶段。
当前产品的发展方向较为明确，一是规范，二是保障。就规范而言，产品“漏洞”逐个修复。就保障而言，产品的限期向长期医疗保险方向发展。

惠民保险： 即“城市定制型商业医疗保险”，是以“城市定制、商保承保”的方式，由政府及相关部门协同商业健康险公司、保险中介、TPA联合发布的保险。

税优健康险： 个人购买符合税收优惠医疗的保险的支出，可以享受个人所得税减免。该类产品允许带病投保、保证续保。但投保限制多，个税优惠少，且保险公司风险较高，截至2020年2月不足40款产品在售。

长期护理险： 为长期失能人员提供基本生活照料和医疗护理保障的社会保险制度。截至2020年9月试点达28个省份。

慢病保险： 为慢病人群提供的保险。多为单病种保险，慢病以外的风险并不可保。产品保障低，并不受带病人群欢迎，目前慢病保险多已停售。

其他细分人群险： 产品逐步覆盖细分人群，如防癌保险、女性保险、儿童保险，及部分允许带病体投保的保险。

来源：亿欧智库根据企业访谈与公开信息整理绘制。

产品创新：惠民保险-覆盖带病人群的普适性健康险产品，为多方提供价值

亿欧智库

- 惠民保险可称之为“廉价版百万医疗保险”，但是相较于百万医疗保险，该产品增添了新特色。产品的年保费基于当地的人群数据计算，保费大多仅需数十元，不限制投保人年龄，无需健康告知，非标准体可保。惠民保险是首款广泛覆盖带病人群、保额高、保费低廉的产品。但该产品也存在不足，保障期仍多为一年，且免赔额高。惠民保险的出现对保险公司而言看似是“坑”，但实则“多方共赢”。

亿欧智库：惠民保与百万医疗的对比

产品名称	惠民保	百万医疗保险
保费	100元以内	数百元
免赔额	多数产品设2万免赔额	多数产品设1万免赔额
报销比例	自付一部分70%-100%	有社保100%； 无社保60-80%
保额	多为100万	一般疾病200-300万； 重疾可提升至600万
投保限制	无年龄限制，但需参加当地社保	多限制60岁以内，有无社保均可
报销范围	医保目录范围内的住院部分，及部分医保外特定疾病药品	特殊门诊、门诊手术、住院花费，医保外可保
健康告知	无需健康告知	首次投保需健康告知，续保视产品而定
保障限期	一年期，不保证续保	一年期，非财险公司产品多可保证续保； 部分可一次保证5-6年续保
承办方	政府及相关机构主导、商业保险公司承保、第三方保险科技公司提供支持	商业保险公司承保

来源：亿欧智库根据企业访谈与公开信息整理绘制。

运营数据： 惠民保险在2020年呈现爆发式增长，其中仅在9月就发布18款产品。截至2021年2月25日，慧择网数据显示，惠民保险产品覆盖全国23个省份，涉及104款产品。已发布的产品集中在我国东部地区，参保人数达3076万人。

承保公司： 中国平安、中国人寿、中国人保、众安保险、泰康在线等数十家寿险、财险保险公司以单司承保、多司联合等形式参与承保。

亿欧智库：惠民保险对参与者的价值

客户： 保费低廉，保额高，对医保有补充保障作用。带病人群能够投保。

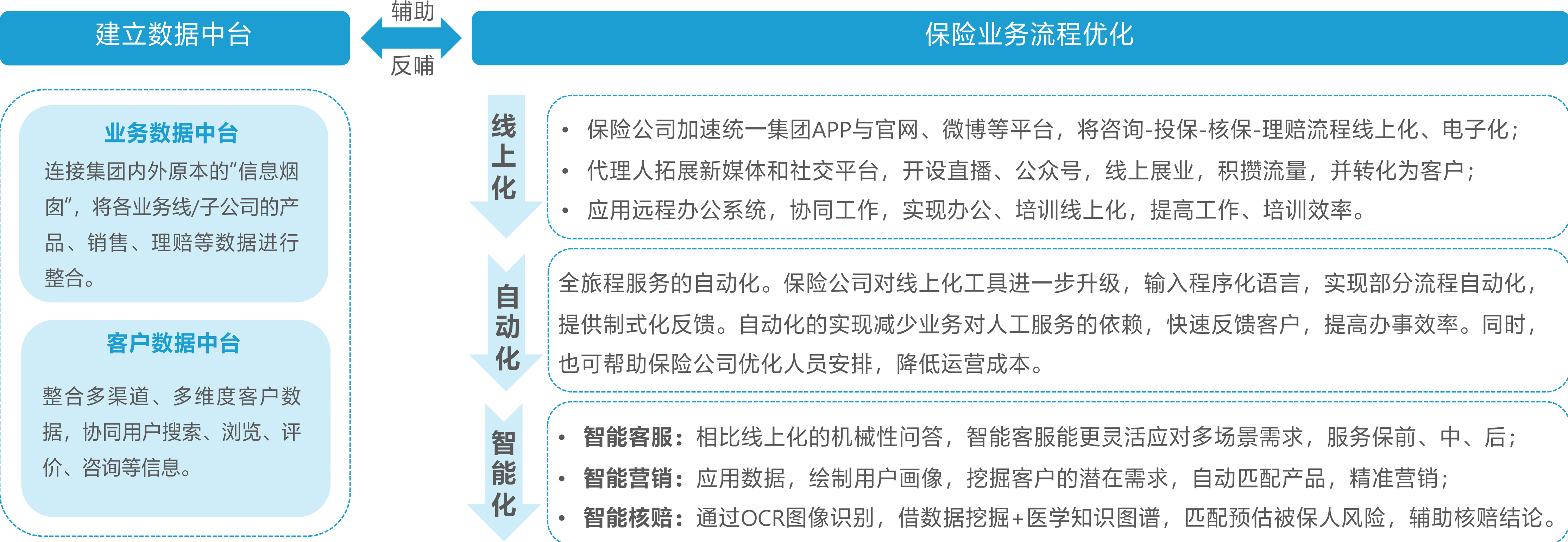
保险公司： 保险公司由此拓展品牌影响力，触达更多的客户，为二次转化提供基础。

政府： 通过与保险公司合作，为区域内居民提供补充保障，缓解地区的医疗费用压力。

第三方机构： 提升公司的知名度。其中，部分公司也可通过提供服务，获得收入。

技术的创新应用：保险公司构建数据中台，优化业务流程，为提升管理效率及降低风险提供基础

◆ 面对行业监管升级，健康险赔付增速攀升，疫情对线下展业的冲击，保险公司加速对云计算、大数据、人工智能等技术的应用，升级信息化系统，以提高运营效率，降低管理成本， 控制赔付风险。 部分保险集团或公司正在打通内部不同子公司/部门的独立的产品、销售、理赔、客户信息的数据壁垒，建立数据中台，对数据进行识别、清洗、标准化、结构化处理，辅助保险业务流程线上化，逐步到自动化，升级至智能化；反之，业务流程改造也将进一步反哺数据中台的建设。然而，不同的保险公司在三个层面的发展并不统一，大多数公司处在从自动化向智能化过渡的阶段。其中，财险公司信息系统基础好，改造进程多较寿险公司快。



技术的创新应用可为多方创造价值，但保险公司仍需克服多重挑战

保险公司的技术能力建立方式：

大型保险公司：大型保险公司，及拥有较强技术背景的专业互联网保险公司，具备较强的自主构建技术能力。

小型保险公司：小型保险公司在保险的销售和技术服务方面基本更依赖于第三方委托管理公司的支持服务。

亿欧智库：部分大型保险公司的技术能力建立方式

保险集团/公司	技术能力建设方式	名称
中国平安	子公司	平安医保科技
众安保险	子公司	众安信息技术服务
太平洋保险	子公司	太平洋保险在线服务科技
中国人保	合资建设	爱保科技
中国人寿	内设部门/投资	金融科技中心 万达信息

来源：亿欧智库根据公开信息自行绘制。

保险公司技术应用的价值

对于保险公司：

技术对内输入：提升业务流程的规范化与标准化，降低运营成本，间接增加用户流量、准话率。

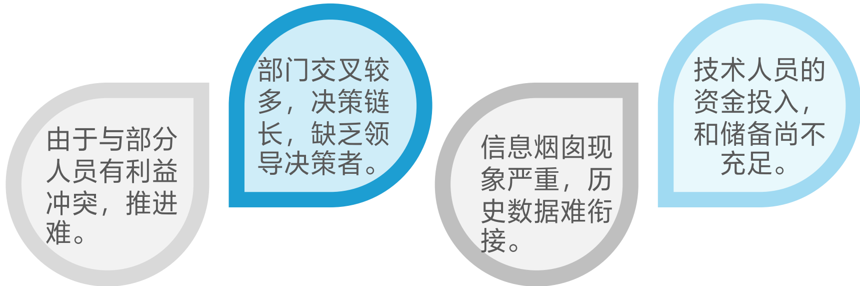
技术对外输出：通过向其他公司提供技术支持，获得服务费用。

对代理人：利用新渠道、线上展业工具和培训提升获客效率，提升健康险销售专业度。

对于客户：客户更便捷地触达保险，简化客户的投保理赔中的重复性、繁琐性工作，降低信息不对称性。

保险公司业务流程改造面临困难

大型保险公司的数字化早期已提上议程，且人员和财务较为充裕，但实际却进程缓慢。据从业人员表示，大型保险公司的信息化升级至少需3-5年，决策链复杂，涉及人员较多，往往牵一发而动全身，灵活性较差。



业务模式创新：保险公司布局医疗生态，以“保险+服务”提升产品竞争力

亿欧智库

◆ 在“保险姓保”的背景之下，伴随健康险产品的更新，客户对于保险的保障性需求提升。另一方面，医疗健康服务也是产品差异性的体现，提高产品竞争力。多重原因之下，具备实力的保险集团积极探索“保险+服务”模式，并将其提升到战略层面。保险集团逐步以自建、并购、参股等方式构建健康生态，包括养老机构、医疗服务机构、互联网医疗、健康管理等医疗服务。

新模式：健康险+医疗服务/健康管理是当下最常见的布局方式，覆盖了保前、保中、保后全周期的预防、诊疗、随访全流程。

健康险+健康管理：
头部的保险公司通过建立子公司或相关部门的方式提供健康管理服务。

健康险+医疗服务：
部分保险集团通过自建、并购、参股实体医疗机构的运营，如泰康集团、中国平安、阳光保险等。

新方式：除线下实体服务的搭建之外，互联网医疗逐步成为保险公司青睐的对象。保险公司申请成立独立的互联网医院。

亿欧智库：部分保险公司的“保险+医疗”的实践探索

保险公司	建设方式	医疗布局	名称
泰康保险	自建 并购	互联网医疗、医院等	泰康医生、泰康之家、泰康医院
中国平安	自建	互联网医院、诊所	平安健康、平安万家诊所
阳光保险	并购	医院	阳光融汇医院
众安保险	自建	互联网医院	众安互联网医院/远程诊疗中心
太平洋保险	自建	健康服务	太平洋医疗健康

来源：亿欧根据公开信息自行绘制。

创新价值

客户：公司通过构建生态，为客户匹配高性价比的医疗与药械服务、健康管理服务，提升服务的连贯性。

保险公司：通过保险的客户规模、为医疗服务引流，获取客户就诊收入，控制医疗费用支出。同时，获取客户在就诊信息，触达医疗机构、药械供应链、医生资源，共同开发出差异化保险产品。

保险中介引入新角色、拥抱保险技术、升级业务模式，协同保险公司破解销售与产品设计难题

- 在产业链关系上，保险公司与保险中介维持着生产与销售的协同关系。近年来，银保监会推进“产销分离”，保险中介的销售职能增加，旨在让保险公司更注于资产管理、风控等业务。保险中介在这一过程中，不断进行角色创新、技术的创新应用、业务模式创新，集中其强化销售与服务实力，拓展产品创新等能力。

角色创新

大型保险集团、互联网巨头公司、创业型公司申请保险中介牌照，成立中介公司。



技术创新应用

保险中介应用互联网、大数据、人工智能等技术，将业务线上化，辅助保险产品实现千人千面的营销，设计更贴近需求的产品，提升产品的差异性。

业务模式创新

新角色的加入与技术的应用，使得当前保险中介更具主动权。保险中介逐步延伸服务链条，以线上+线下结合的模式，覆盖保险产品设计、销售、核保、理赔、服务全流程。

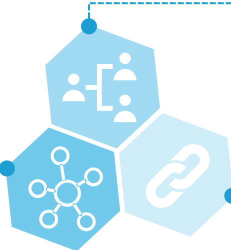
创新角色：保险中介参与者增加，销售方式多样化，也加剧了行业竞争

亿欧智库

◆ 在"产销分离"的大背景下，保险中介的角色地位愈发重要，使得众多资本投入这一赛道。大型保险集团、互联网巨头公司，通过自建、并购、参股等方式成立保险中介公司；而另一方面，伴随着保险科技的发展，及健康险的增长，创业型公司也逐步切入这一领域。然而，新型保险中介的加入，蕴含着机会与挑战。

亿欧智库：新型保险中介分类

大型保险集团：
自建、投资、并购保险代理/经纪公司，如太平洋保险集团2016年设立太平洋保险代理有限公司。



创业型公司：
科技型公司布局保险，向互联网保险中介集中，如销售类的慧择、保险极客、水滴保、轻松筹、小雨伞等企业，及非销售类的深蓝保、多保鱼等公司，经营包括寿险、健康险等产品。

互联网公司：
如腾讯和蚂蚁金服自投资众安保险等公司后，2016年腾讯成立微民保险代理有限公司；蚂蚁金服2016年获批杭州保进保险代理有限公司。

来源：亿欧智库根据天眼查及公开信息整理绘制。

机会

新型保险中介的出现为行业带来机会。尤其是互联网保险中介的出现，促使行业发展进入新阶段。互联网化，使信息更加透明，营销渠道元化，数据的积累更加简便，降低了保险客户逆向选择风险
保险中介的业务类型香综合性发展，从传统的销售，延伸业务覆盖范畴。

挑战

但新中介的进入激化了行业竞争。2014年至今，保险中介陆续成立，但伴随着竞争与监管，部分企业逐步退出历史舞台。因此，新角色的生存发展需要有可持续客户流量，需要规范化经营，不断拥抱变化，为客户带来持续价值。

业务模式创新：保险中介探索出多种业务模式，拓展获客渠道，渗透更广泛人群

亿欧智库

保险公司的创新
保险中介的创新
第三方企业的创新

- 保险中介是最接近客户的产业角色，在产品同质化的现状之下，保险中介在洞察消费者需求、打造差异化方面更具备优势。同时，面对竞争压力，保险中介的业务模式推陈出新，深入碎片化场景、触达更广泛人群。
- 保险中介的业务模式大致可分为以保险销售为主的中介和以提供服务的非销售类中介。但保险中介对于业务模式的选择并不是绝对分割的，而是不同发展阶段的战略选择，可以相互转化，也可以并列存在。

亿欧智库：保险中介的业务模式

		主要业务模式	盈利模式	相关企业
销售类保险中介	2C	互联网保险商城	保费佣金	支付宝、悟空保、明亚保险经纪 MINGYA INSURANCE BROKERS
销售类保险中介	2C众筹	众筹-互助-互联网保险商城	互助平台管理费 保费佣金	轻松保严选、水滴保险商城
销售类保险中介	2B2C	线上：与大V、公众号等新媒体合作 线下：与部分非保险机构合作	平台：保费佣金 B端：保费佣金和（或）服务费	慧择 huize.com、小雨伞
销售类保险中介	2B	定制企业团险产品	保费佣金	保险极客、豆包网 17doubao.com
销售类保险中介	2A2C	代理人展业工具	平台：保费佣金 平台代理人：销售返现	i云保、保险师
非销售类中介/平台	2C	保险决策咨询	咨询费和（或）保费佣金	深蓝保、多保鱼、保险查查

来源：亿欧智库根据企业访谈及公开信息整理绘制。

技术的创新应用：保险中介结合技术，协助产品设计与销售，融合线上与线下渠道，将服务延伸至保险全流程

- 保险中介行业竞争愈演愈烈，各类中介都在寻求破局之法。保险中介不再单纯依托于线下代理人来发展业务，互联网的竞争也不单纯是流量的竞争，而是服务的比拼。大数据、人工智能等技术成为保险中介探索业务及管理运营方式创新的有力抓手，辅助保险产品定制与营销销售，连接线上与线下渠道，延伸中介在产业链上发挥的功能。

技术创新应用

保险中介依据内部销售、搜索、浏览等数据，以及外部合作平台数据，应用大数据、AI等技术绘制用户进行画像，主要服务于保险产品定制和营销销售。



保险中介

产品定制

依据用户偏好数据或结合场景对原有产品进行定制化加工，补充客户未被满足的需求。保险中介将产品形态提供给保险公司，合作开发产品。其中，保险中介获取保费分佣比例较过往单纯提供销售服务的分成高。

营销销售

营销活动：依据用户在互联网平台的综合线索，策划营销方案。

智能推荐：在用户搜索、浏览产时，匹配用户画像，推荐个性化产品。

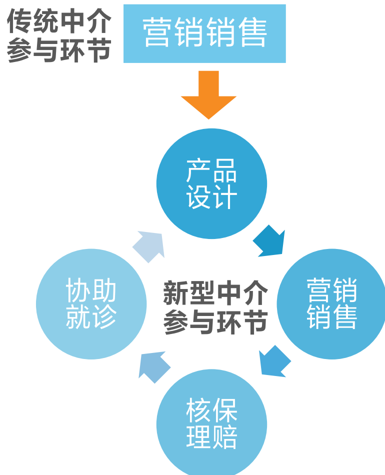
协助搭配：在设计客户保障方案时，帮助客户选择搭配产品，以最优的价格提供最充分的保障。

业务拓展

线上 ↔ 线下

线上+线下的渠道融合：部分专业互联网保险中介面对第三方平台的流量竞争，正在发展线下渠道。相反，传统保险中介面对互联网保险的崛起，以及客户群体的年轻化和互联网化，正依托于科技，向线上发展。

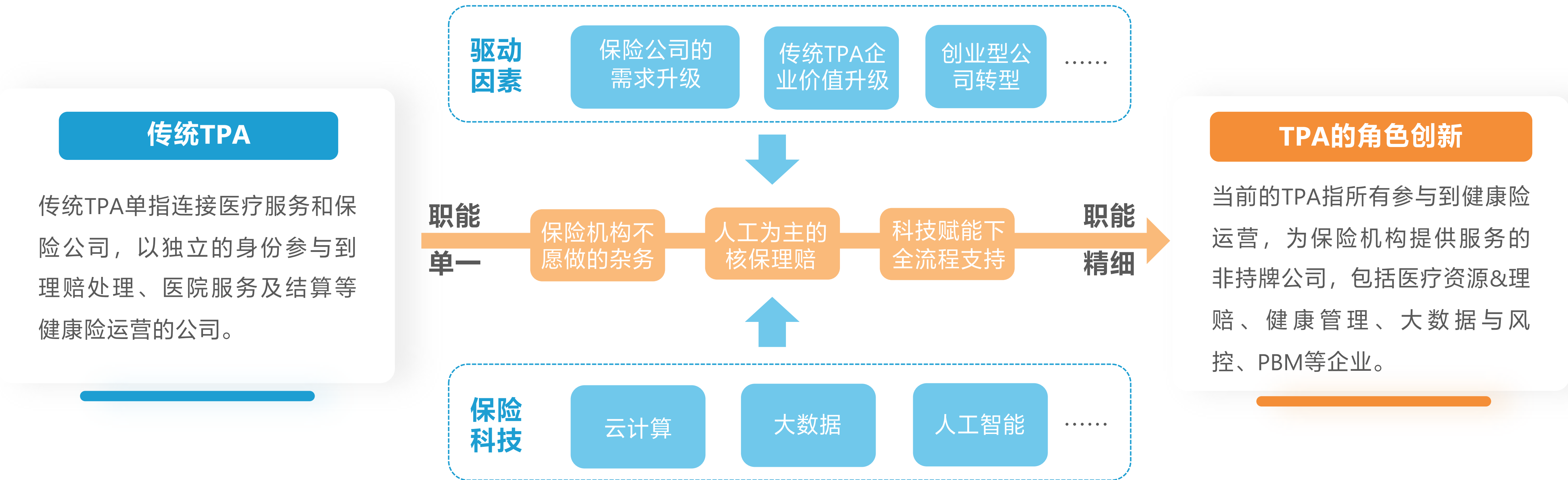
保险中介从销售，到全流程的陪伴：相较于传统的保险中介，当前市场上的保险中介发挥的职能已不仅有销售。产业的地位逐步脱离被动，而变得更加主动，参与的产业链条延伸。业务覆盖"定制保险产品-精准营销销售-协助核保理赔-增值医疗服务"的全周期，并将全流程有机连接，构建正向循环。



第三方委托管理机构：多角色加入TPA赛道，为保险机构提供更为精细化的解决方案

- TPA（Third Party Administration），即第三方委托管理机构，是一类独立于保险公司和医疗机构，并辅助健康险运营的机构，是保险产业链中的重要一环。传统意义上，TPA单指为健康险提供就诊协助及理赔等医疗资源&理赔的企业，公司多成本高、利润低。

- TPA的角色创新：保险机构对技术和服务的支持需求不断增加。大部分保险公司缺乏长期的数据积累与人才储备，自建保险科技和医疗健康服务较为困难，催生对第三方委托管理机构的需求，使得更多的公司加入TPA赛道。另一方面，传统TPA也在寻求价值升级。与此同时，原本赛道外的创业型公司也瞄准健康险市场。多因素促进之下，健康管理、大数据与风控、药品福利管理（PBM）等企业涌入TPA赛道，为保险机构提供更为精细化的痛点解决方案。



来源：亿欧智库根据企业访谈与公开信息整理绘制。

第三方委托管理机构的服务内容综合化，致力于解决保险全链条痛点

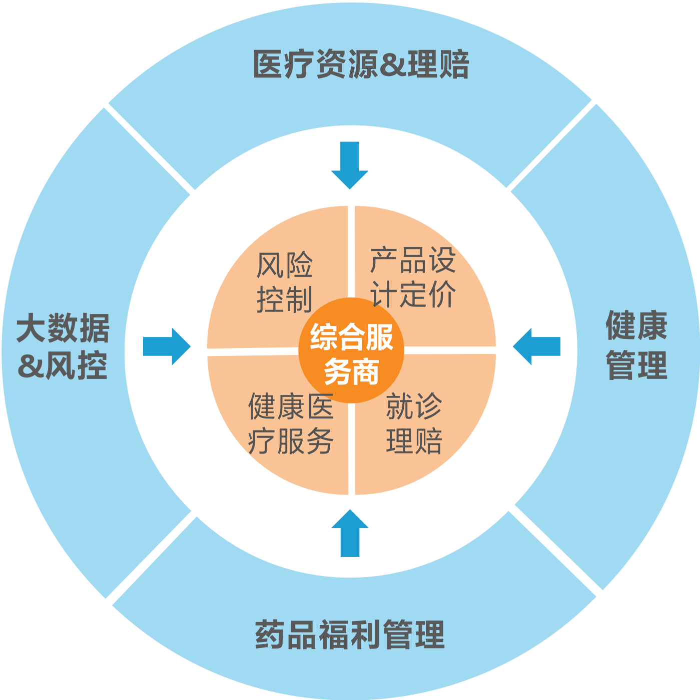
◆ 2017至2020年间，为保险机构提供保险风控、产品设计、保险增值服务等支持业务的非持牌企业集中成立。当前，TPA企业依据其主要业务大致分为医疗资源&理赔、健康管理、医疗大数据、药品福利管理等公司。但由于单一的服务对保险公司的支持有限，吸引力较小，各种类型的公司业务正相互重叠，逐步集成，向具备多种职能的综合型服务商发展，以支持保险全流程。

亿欧智库：广义范畴TPA 企业的主要服务内容

类型	提供服务	代表企业	服务进程
医疗资源&理赔	建立医疗服务网络，协助就诊及直付/垫付的理赔服务	万欣和、中间带、商保通、优加健康	较为成熟
医疗资源&理赔&风控	医疗大数据进行处理，输出风控模型，辅助产品设计、核赔	英仕健康、好人生科技因数云、栈略数据	探索初期
健康管理	主要为保中、保后的客户提供健康监测与干预，降低赔付	妙健康、君岭健康健康有益、因数健康	加速探索期
药品福利管理	提供"药品+保险"服务，为长期用药患者提供药品折扣	镁信健康、圆心惠保、健易保	探索初期

来源：亿欧智库根据公开信息自行绘制。

亿欧智库：TPA企业向综合类服务商转型

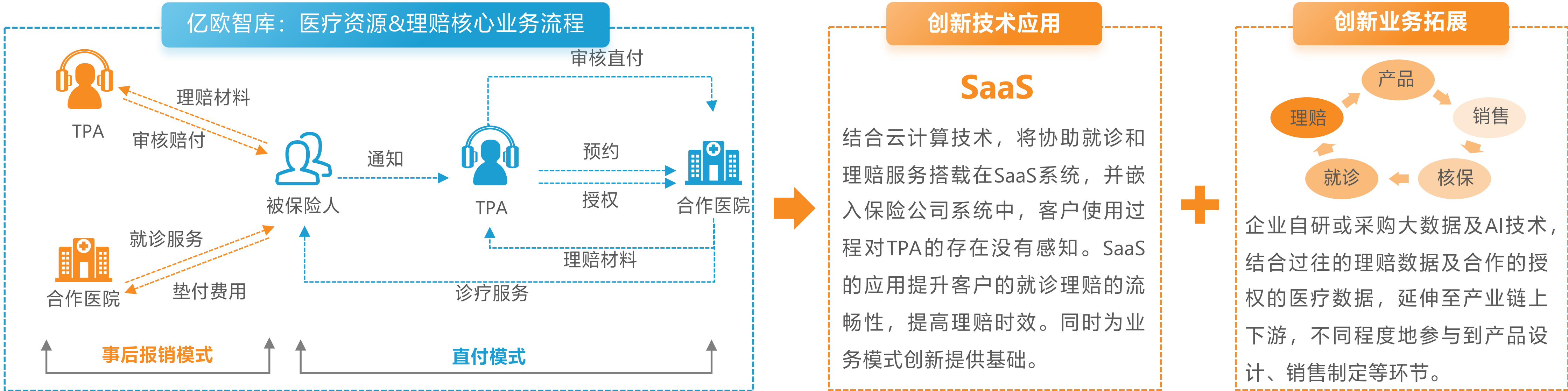


来源：亿欧智库根据公开信息自行绘制。

医疗资源&理赔企业：结合技术应用，服务从中后端，延伸至产品设计等环节，加深健康险与医疗的连接

亿欧智库

- 传统的TPA致力于投医疗资源&理赔，如万欣和、中间带等企业，搭建医疗服务网络，与保险公司签署协议，为被保险人提供保后的医疗服务支持及理赔工作。然而，传统的就诊协助及直付/事后理赔服务，需求审核纸质的理赔材料，流程繁琐，技术含量低，需要耗费较高的成本。该类企业正逐步应用创新技术，将业务向上游延伸，利用医疗资源优势反哺上游流程，加深医疗与医疗的结合。



来源：亿欧智库根据企业访谈与公开信息整理绘制。

合作企业： 医疗服务网络及协助理赔的采购方多为保险公司，与部分技术型TPA、保险中介也有合作。在业务拓展合作方面，更多的企业正逐步转型，协助健康险产品条款及形态设计。

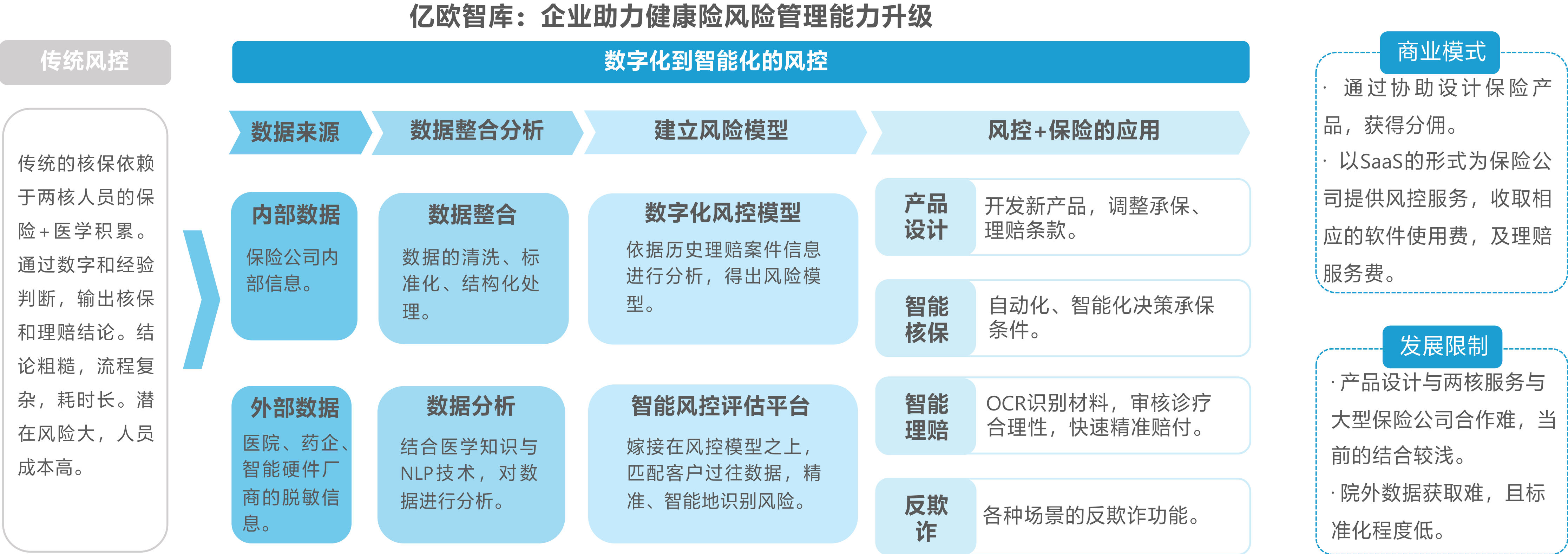
合作医院： 多数TPA连接公立医疗机构的高端服务科室，而与医院普通的部门合作较少。另外，我国TPA与非公医疗机构合作少，仅部分高端保险产品提供私立医院的直付理赔服务。

商业模式： TPA多以SaaS系统方式向采购方提供服务，按的固定周期收取系统租用费，或者按照提供的医疗服务量及理赔量付费。此外，参与产品设计的企业还可获取分佣。

大数据&风控企业：辅助保险机构产品设计，降低核保理赔风险

亿欧智库

◆ 健康险3.0时代，大数据、AI与健康险结合的基础条件逐步成熟，大数据&风控企业集中出现。医疗大数据公司及部分保险科技公司拓展健康险业务，致力于升级保险机构风控管理能力。辅助保险机构从传统风控向数字化风控转型，并开启对智能化风控的探索。当前，大数据&风控企业向保险机构输出智能化风控能力，协助产品设计、核保理赔等环节。其中，部分公司正尝试整合营销销售、健康管理、药品福利管理等业务，但目前该类业务以采购其他公司的服务为主。

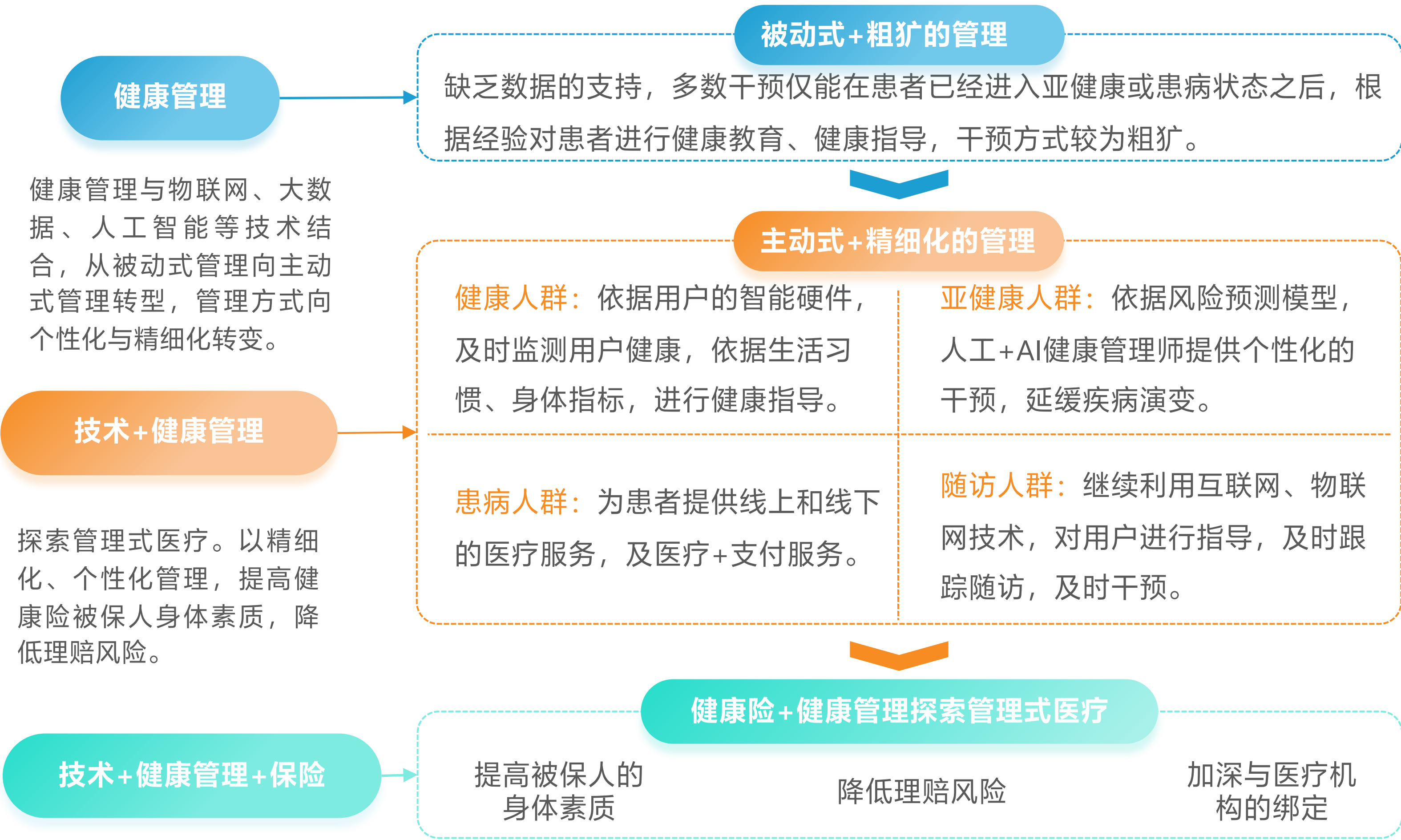


来源：亿欧智库根据公开信息整理绘制。

健康管理企业：科技赋能健康管理升级，协同保险机构探索管理式医疗

亿欧智库

- 健康管理作为第三方服务内容逐步与健康险结合。除了大型保险公司具备自主构建生态的实力外，中小型公司以及财险公司提供的健康管理服务多向第三方公司采购。2019年11月的健康险新规发布，健康管理的费率可提升至20%。由此，各类第三方公司积极拓展健康管理业务，竞争加剧，推进健康管理不断推陈出新。健康管理逐步从粗犷的被动式管理，向精细化的主动管理转化，并开启对"管理式医疗"的探索。



商业模式

以提供健康管理服务，按人次收取相应的服务费。依据提供服务的内容不同，收取对应的费用。

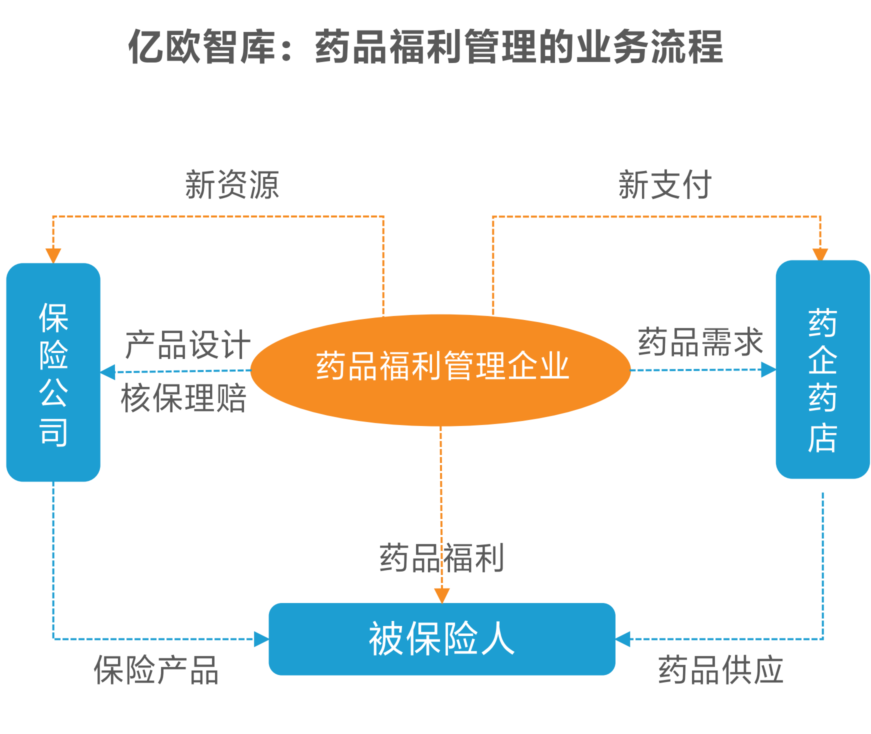
发展限制

当前的用户健康管理意识较弱，导致健康管理与健康险的大多以增值业务存在。而且，当前健康管理的增加并不能减少保费。

药品福利管理企业：连接药企+保险，设计药品保险，为被保人提供药品折扣

◆ 第三方公司引用药品福利管理（PBM）模式，连接药企与保险公司，打造药品保险，为患者提供折扣药品。第三方公司与药企合作，利用自主采集数据和药企的真实世界与研发数据，关联医学知识图谱，协助设计药品保障产品、提供产品销售方案、用药审核理赔、串联药品供应链等服务。帮助患者提高用药依从性，以规范用药换取药品折扣。其中，不同的药品能够获取的折扣不同。

亿欧智库：药品福利管理的业务流程



来源：亿欧智库根据公开信息整理绘制。

覆盖药品

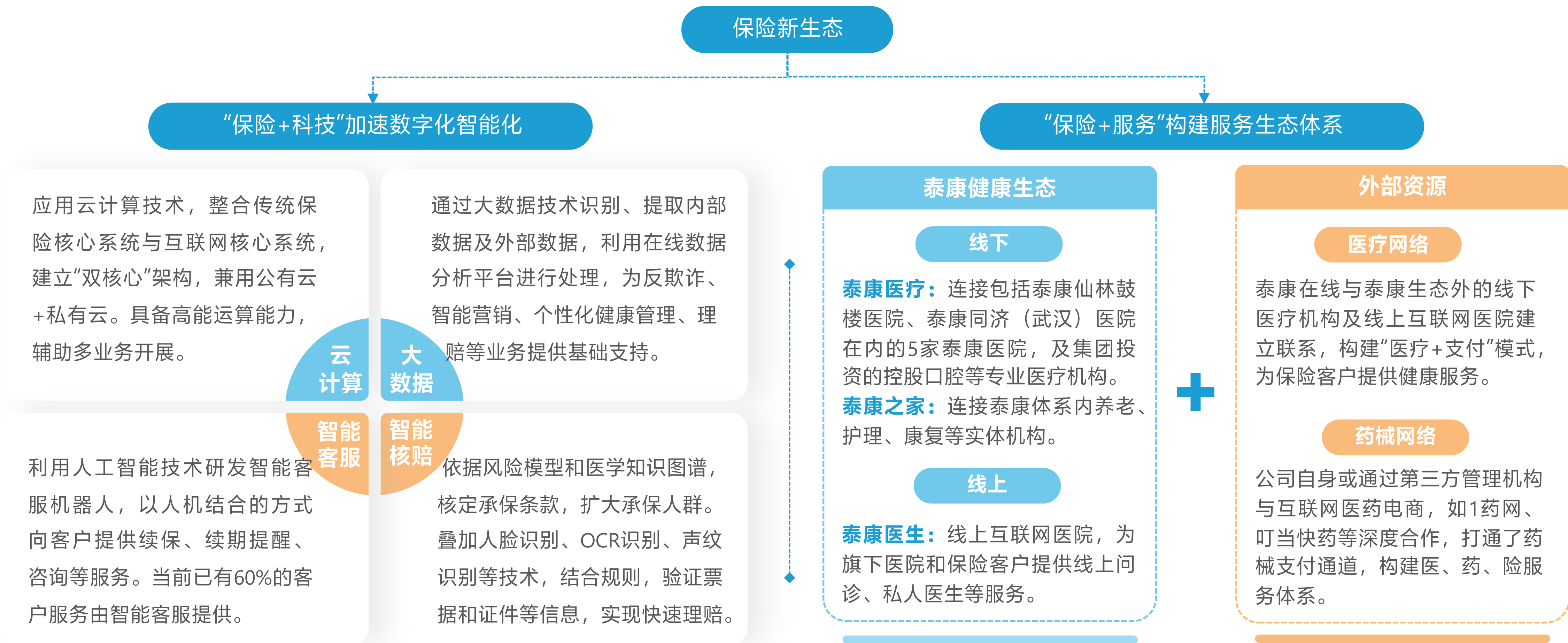
多数企业提供价值较高的特殊药品，目前多以癌症药品为主，但特药产品多以附加险形式存在。另一类企业提供慢病药品服务，面向有高端药品需求的带病患者。

为多方创造价值

- **患者：**解决患者的用药支付难题，患者可以较低的价格获取相关的药品。
- **第三方企业：**通过平台搭建，数据输出，获取保费分佣/技术服务费用/药品分成。
- **保险公司：**降低药品理赔风险，提供药品供应服务，打造差异化保险产品，触达更广泛的带病人群。
- **药企：**帮助药企触达更广泛的患者，拓展营销渠道。同时，药企可获取患者用药数据。

泰康在线：构建“保险新生态”，深耕大健康生态

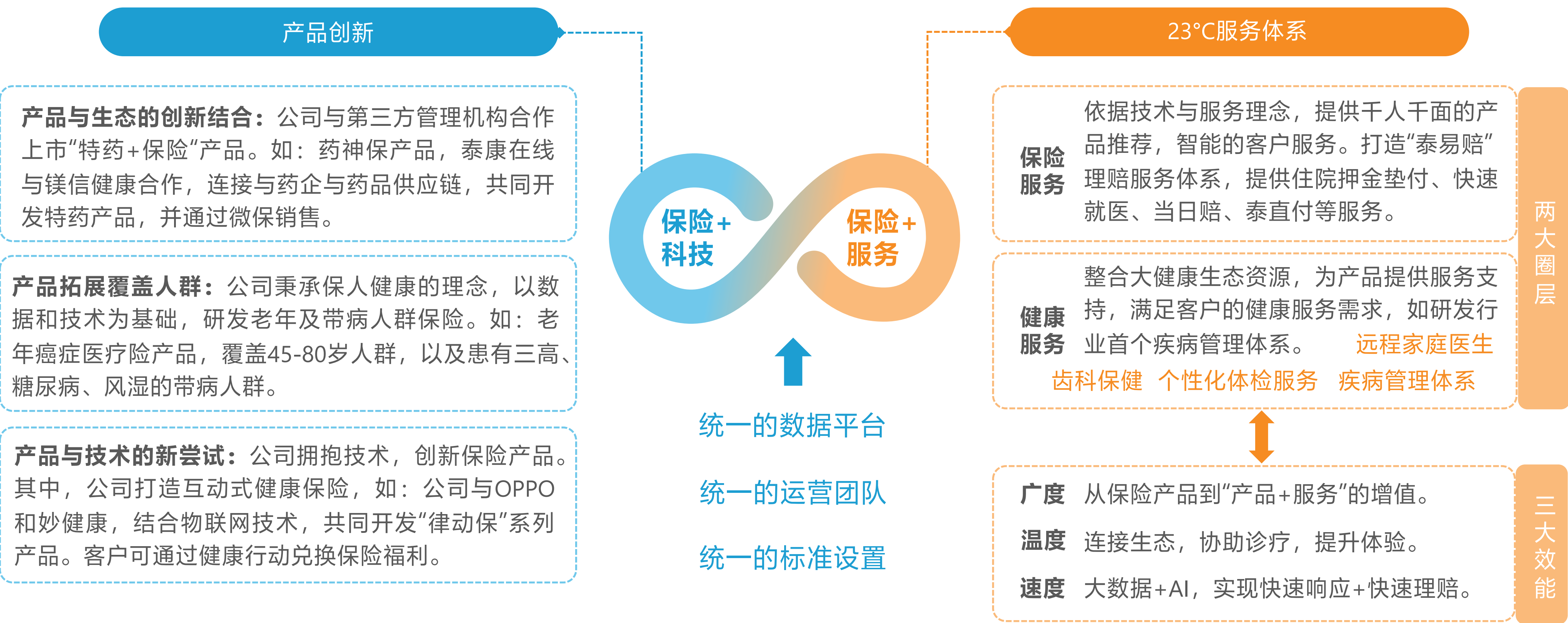
◆ 泰康在线财产保险股份有限公司成立于2015年，为世界500强泰康保险集团的全资子公司。泰康在线的探索可追溯到2000年，历经20年的成长，公司的业务逐步向线上化、场景化、生态化转型。当前，泰康在线通过“保险+科技”与“保险+服务”战略，构建保险“保险新生态”。其中，公司深耕大健康生态，助力互联网保险及大健康产业发展。



来源：亿欧智库根据泰康在线企业访谈整理绘制。

泰康在线：产品+服务，从保健康人到保人健康

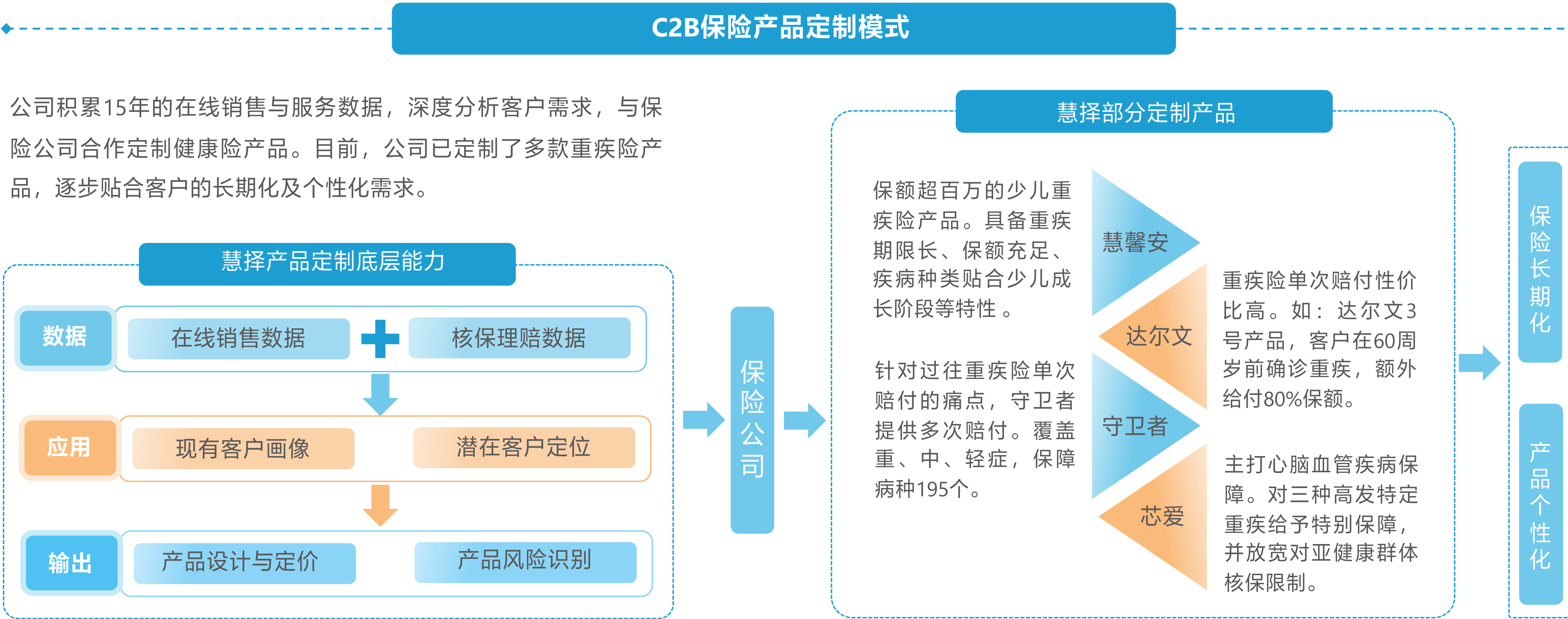
◆ 在“保险+科技”与“保险+服务”的“双轮驱动”模式的支撑下，公司的健康险产品不断创新，服务的广度、温度、速度不断完善。公司将产品叠加23°C服务体系，反之，又结合技术与服务助力产品创新。产品与服务相辅相成之下，公司经营从“保健康人”向“保人健康”转型，逐步提升健康险的保障属性。



来源：亿欧智库根据泰康在线企业访谈整理绘制。

慧择：C2B保险定制模式，打造更贴心的产品

◆ 公司介绍：慧择保险经纪有限公司成立于2006年，是一家专业的互联网保险经纪公司，专注为客户提供保险内容资讯、咨询及定制、投保核保、协助理赔等服务。慧择成立15年获得多轮融资，并于2020年2月成功在纳斯达克交易所挂牌交易。



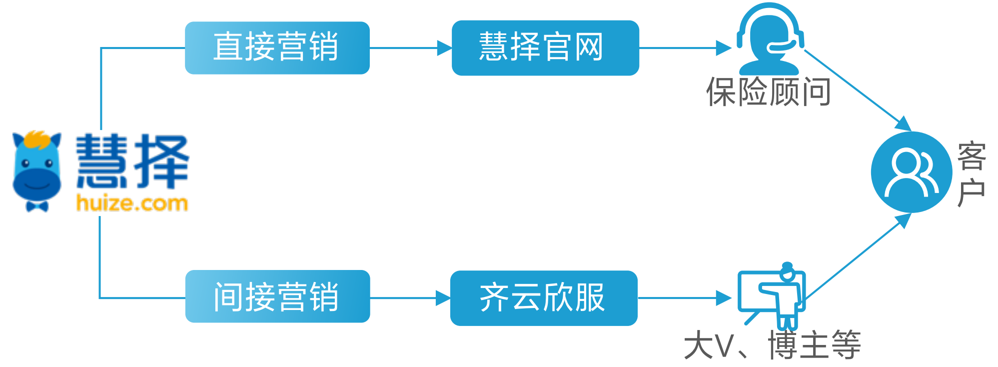
来源：亿欧智库根据慧择企业访谈整理绘制。

慧择：渠道与技术创新，优化保险全流程

亿欧智库

多渠道融合，触达更广人群

公司在销售环节融合了间接营销和直接营销两种方式。直接营销下，公司通过自营平台，直接面向客户，投放保险内容和销售。间接营销下，公司借助大V、博主等KOL的私域流量，引导用户购买保险产品。



齐云欣服平台功能

慧择打造子公司-齐欣云服，旨在用科技赋能第三方流量平台。

投保SaaS系统	店铺推广系统	账号管理系统
开放平台	移动端工具	其他功能

- 公司广泛地和知名的大V进行合作，截至2019年9月30日的前9个月，慧择合作的社交媒体意见领袖为16500 个，保险公司为70家。

技术创新应用，赋能保险全产业链

公司结合云计算、大数据、人工智能等技术赋能保险全产业链，针对行业痛点，提供解决方案，包括消除信息差、缩短交易链路、风险管理、智能监管等。目前，技术主要应用于SaaS平台、商品知识图谱、新顾问工作台等。

技术：云计算 | 大数据 | 人工智能 | ……

痛点解决方案

信息透明化：公司提供上千款保险产品，协助保险全流程，帮助用户买到合适的保险。

缩短交易链路：公司通过金融科技助力，提高交易效率与服务体验，缩短成交链路。

风险管理：公司提升防止欺诈、智能承保、产品精准定价、理赔管理等风险管理能力。

智能监管： 公司响应监管需要，助力监管全面化、动态化、高效化、智能化，降低监管成本。

技术的主要应用

SaaS平台

借助SaaS平台，精准投放广告，针对性产出流量内容，普及保险知识，消除保险公司和客户之间的信息差，提升客户保险意识。

商品知识图谱

公司与西财合作的保险大数据知识图谱，可辅助保险产品信息结构化；融合产品与疾病等多维度信息；保险深度关系发现、推理。

新顾问工作台

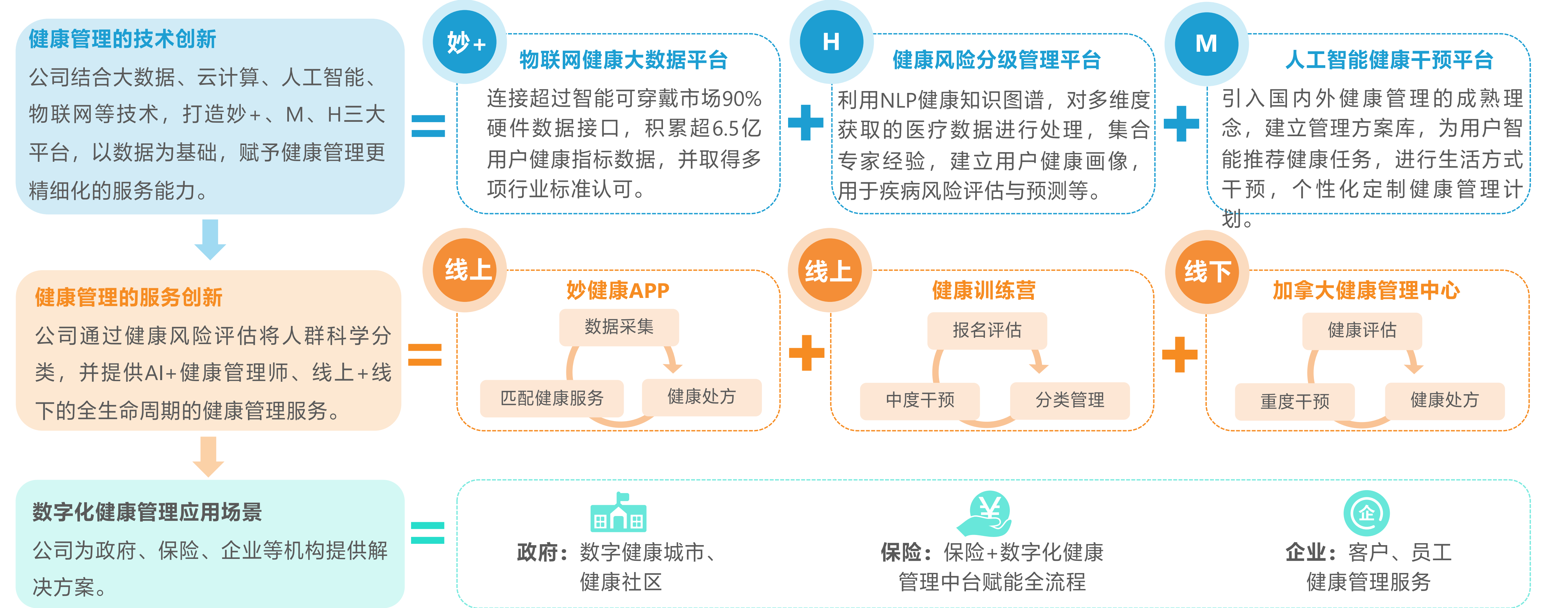
平台具备实时在线的组织管理和客户业务服功能，有助于实现公司内部管理流程、审批流程和沟通流程线上化，以提升工作效率。

来源：亿欧智库根据慧择企业访谈整理绘制。

妙健康-数字化健康管理方案供应商

亿欧智库

◆ 公司简介：北京妙医佳健康科技集团有限公司，简称：妙健康，该品牌于2014年成立，并于2015年12月在北京注册。公司服务内容及方式不断革新，专注于为保险公司、企业、政府等客户提供健康管理解决方案。公司自成立以来，得到多方资本认可，于2016至2019年间获得四轮融资。其中，2019年完成太平洋保险、上海翕然资本的C轮投资，金额近5亿元。

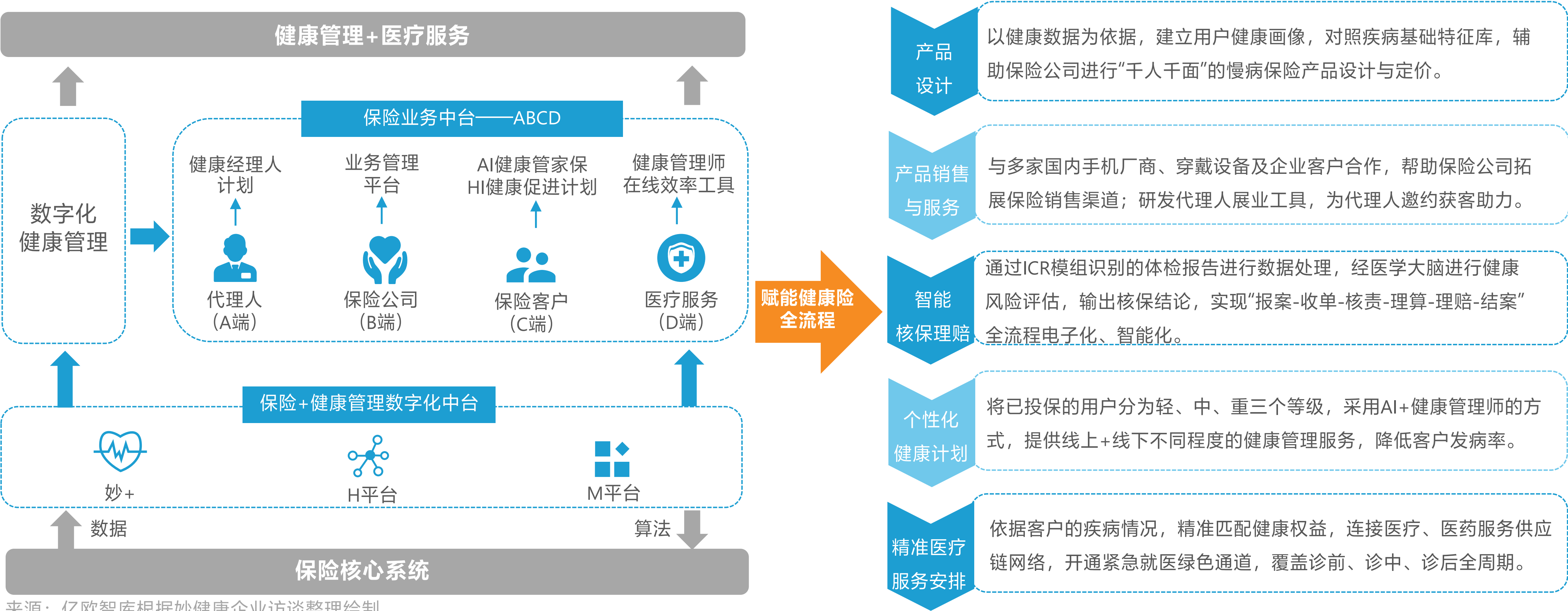


来源：亿欧智库根据妙健康企业访谈整理绘制。

妙健康-数字化健康管理赋能健康险

◆ 妙健康2018年收购同人保险经纪，涉足保险领域，将健康管理与健康险有机结合。公司通过健康管理妙+、H平台、M平台三大底层技术，构建保险+健康管理数字化中台，连接保险核心系统，为保险业务中台的"ABCD"四类角色提供专业化解决方案，同时匹配健康管理与医疗服务，赋能健康险的产品设计、产品销售与服务、智能核保理赔、健康计划、医疗服务全流程。

亿欧智库：妙健康的保险+健康管理SaaS解决方案



来源：亿欧智库根据妙健康企业访谈整理绘制。

健康险行业的创新趋势

三大主体持续创新，健康险行业在产品、企业、行业、生态各层面将有突破

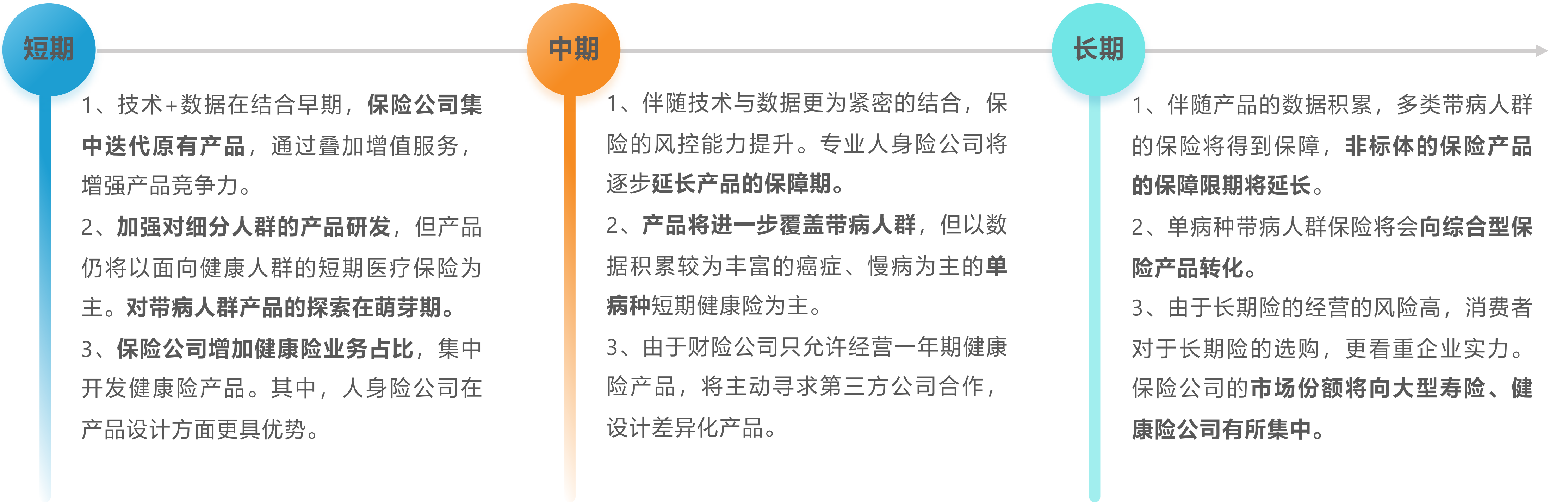
- 各类角色的创新举措仍在探索初期，各环节的痛点尚待解决。当前，企业提供的创新方案在营销销售环节最为集中，产品设计与核保理赔环节的探索仍在初期，而在就医服务的联动方面尚未有较优解决方案。未来，如何进一步增收降本，保险公司、保险中介、TPA这三大主体仍在不断创新。伴随创新，健康险行业的产品、企业、行业、生态层面均有突破性变化。



产品层面：创新加速，覆盖广度和保障深度将提升

亿欧智库

◆ 健康险产品仍在不断探索阶段，保障性具较大提升空间。随着人群的需求提升和技术的发展，以及近期银保监会的对重疾险的疾病范畴重新界定，对短期健康险集中规范，保险产品面临转型。亿欧认为，健康险产品创新将会迎来加速，将覆盖更多的带病人群，产品的综合保障性和保障期限将大幅度提升。



来源：亿欧根据企业访谈与公开信息整理绘制。

公司与行业层面：伴随医疗数据可及性及技术应用的提升，三大主体的公司实力逐步提升，进而影响行业格局

- 医疗数据中心正在逐步建设，数据有望向健康险开放应用，同时各类先进技术与健康险将逐步加深结合。伴随数据与技术基础条件成熟，健康险三大主体加速数字化转型，公司专业化服务能力将得到提升。公司的发展进而影响行业格局与价值分配。行业分工更为明确，协同加深。其中，TPA的发展空间最大，企业数量将增加，参与的业务占比增加，角色地位提升，收入分配进一步增多。

公司层面：公司技术与服务实力提升

保险公司

数字化转型加速： 保险公司加速数字化转型

风控能力提升： 伴随数字化转型，两核与风控能力提升

保险中介

信息化建设： 保险中介完善信息化建设

产品线上化： 更多产品线上化销售，互联网保险快速发展

职能综合化： 集成多重职能，逐步向管理型总代方向发展

TPA

企业的服务能力提升： 伴随数据开放，TPA企业，尤其是风控领域企业的实力提升较快。

能力提升： 拓展医疗资源，强化风控实力

数据来源更为丰富：当前各省市加速建设区域卫生信息平台，同时江苏、贵州、福建、山东和安徽正相继建设五大国家健康医疗大数据区域中心。医疗数据的可及性进一步提升。

行业层面：近期行业增强协同，远期行业格局受影响

保险公司： 保险公司的健康险份额增加。保险公司更专注于资金管理及风险控制，但产品设计等将更需第三方公司的支持。

保险中介： 产销分离趋势更为明显，保险中介更专注于销售与服务环节，与TPA合作加深。

TPA： 短期，TPA处在发展初期，市场较为分散，发展潜力较大。尤其是大数据与风控这一细分领域企业数量增加，与保险机构合作加深，参与的业务占比提升。长期，实力较强的公司，或在政策允许的条件下，获取保险经营资质，向保险机构转型。

技术应用加深：云计算、大数据、人工智能、物联网逐步发展。其中，行业对大数据与人工智能将加速结合，相较于其他技术，将逐步深入于保险全流程，以营销结合最快、两核次之、风控滞后。

生态层面：健康险相关公司与线上线下医疗资源相互融合，健康生态参与者数量与类别增加，逐步探索管理式医疗

- 保险相关与健康管理和医疗服务深度连接，打造覆盖生命全周期的健康依赖生态。未来，生态圈参与企业的数量增加，企业类别得到丰富，医疗健康将从单纯的增值服务，向管理式医疗迈进。保险集团以并购、自建、投资的方式拓展自身医疗生态。同时，慢病管理、养老机构、药企等医疗资源也将积极寻找支付方。生态中医疗资源类别更为丰富，各类资源数量增加。其中，健康管理在政策指引下近期将加快发展；生物医药企业，尤其是外资医药企业，将在集采的推进之下，加速拥抱健康险。然而，保险与公立医院尤其是普通部的联动难度仍较大，发展滞后。



来源：亿欧智库根据公开信息自行整理绘制。

丁峻峰 泰康在线 副总裁

过去商业保险公司更倾向承保健康人群，健康人群对健康管理和医疗服务的需求都不迫切；另一方面，过去的商业保险产品也更多是疾病给付型，而不是医疗费用补偿型。因此在医疗、药品和健康管理上无法发挥支付方的作用。

如今伴随着长寿时代即将来临，未来长寿老人带病长期生存成为常态，泰康在线依托泰康保险集团大健康生态体系以及自有生态，逐步积累健康服务能力、构建"保险新生态"，希望成为客户最依赖的健康守护者、互联网平台最可靠的合作伙伴、医药大健康生态最创新的连接者。

王燕华 妙健康-妙保事业部 总经理

人工智能可以提升预防医学的服务效率，给人们提供"千人千面"的健康管理服务，通过生活方式干预实现"治未病"。

妙健康通过AI人工智能算法对用户的健康行为进行分析，为用户制定合理的健康计划，科学推荐改善周期和目标，有针对性的改善健康问题。比如，亚健康人群只是改善生活方式，会用AI的方式去干预。而涉及到有重疾前症或者慢性病患者，则会通过"AI+人工+线下健康管理中心实体店"的模式，定制重度干预的健康计划。



王寅 慧择寿险产品中心 副总经理

数字化运营平台将为健康险业务提供一站式解决方案，保险企业内部需要通过思维模式、组织形式及人才队伍的转变，来实现技术与保险业务的协同发展。基于以用户为中心的需求洞察，针对不同消费者需求的C2B或C2M的反向定制产品，通过大数据能力实现产品、营销、服务的融合与创新，快速打造受用户青睐的新品、爆品。

任彬 保险极客 创始人兼CEO

随着城镇化进程、社会结构的变化、人口老龄化趋势越来越严重，保障日常就医需求的高频健康险会成为社保的有力补充，发展前景巨大。

企业团险作为高频健康险的核心载体，未来有20-50倍增长空间，也将在医疗支付上发挥巨大价值。

保险极客作为一家数据驱动的保险科技公司，聚焦"团险+医疗"的整体解决方案，将充分发挥优势去促进医疗支付上的产品创新与效率提升这一行业问题。

来源：亿欧智库根据企业访谈整理绘制。



附录

名词解释

- **保险深度：**指某地保费收入占该地国内生产总值（GDP）的比例，反映了该地保险业在整个国民经济中的地位。
- **保险密度：**指按当地人口计算的人均保险费额，反映了该地国民参加保险的程度和保险普及度。
- **长期医疗险：**指保险期间超过一年或者保险期间虽不超过一年但含有保证续保条款的健康保险。长期护理保险保险期间不得低于5年。
- **短期健康保险：**指保险期间为一年以及一年以下且不含有保证续保条款的健康保险。
- **保险机构：**指保险公司（含相互保险组织和互联网保险公司）和保险中介机构。
- **互联网医疗保险：**指保险机构通过互联网销售的保险产品。
- **互联网保险公司：**指银保监会为促进保险业务与互联网、大数据等新技术融合创新，专门批准设立并依法登记注册，不设分支机构，在全国范围内专门开展互联网保险业务的保险公司。
- **自营网络平台：**指保险机构为经营互联网保险业务，依法设立的独立运营、享有完整数据权限的网络平台。保险机构分支机构以及与保险机构具有股权、人员等关联关系的非保险机构设立的网络平台，不属于自营网络平台。
- **保险代理人：**指根据保险公司的委托，向保险公司收取佣金，在保险公司授权的范围内代为办理保险业务的机构或者个人，包括保险专业代理机构、保险兼业代理机构及个人保险代理人。
- **健康管理服务：**指对客户健康进行监测、分析和评估，对健康危险因素进行干预，控制疾病发生、发展，保持健康状态的行为，包括健康体检、健康咨询、健康促进、疾病预防、慢病管理、就医服务、康复护理等。
- **管理式医疗：**指以控费为目标，医疗服务于基本医保合约化联动模式，旨在解决传统医疗模式面临的对患者过度医疗、缺乏预防性保健服务等问题。

来源：银保监会网站、《中国健康保险发展报告（2019）》、《保险蓝皮书-中国保险市场分析（2019）》。

致谢























备注：本页logo顺序按照企业名称拼音首字母排序。

团队介绍和版权声明

亿欧智库

◆ 团队介绍：

亿欧智库（EqualOcean Intelligence）是亿欧EqualOcean旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨 询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕科技、消费、大健康、汽车、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧EqualOcean内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆报告作者：



林红

亿欧智库分析师

Email：linhong@iyiou.com

◆报告审核：



高学贞

亿欧智库研究总监

Email：gaoxuezhen@iyiou.com



高昂

董事总经理

Email： gaoang@iyiou.com

团队介绍和版权声明

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为"亿欧智库"。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧：

亿欧EqualOcean是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EqualOcean立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EqualOcean旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网（iyiou.com）、亿欧国际站（EqualOcean.com），研究和咨询服务亿欧智库（EqualOcean Intelligence），产业和投融资数据产品亿欧数据（EqualOcean Data）；行业垂直子公司亿欧大健康（EqualOcean Healthcare）和亿欧汽车（EqualOcean Auto）等。

亿欧服务

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧EqualOcean为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧EqualOcean旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧EqualOcean除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧EqualOcean有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

亿欧服务

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧EqualOcean提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧EqualOcean除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com



亿欧智库官方微信群，欢迎加入和讨论。



亿欧智库

网址：https://www.iyiou.com/research
邮箱：hezuo@iyiou.com
电话：010-57293241
地址：北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层